

Impact de l'effort de sensibilisation à la santé

Programme pour un atelier sur l'élaboration d'une stratégie de sensibilisation politique

Guide de l'animateur



Cette version a été mise à jour en janvier 2015.

Pour obtenir plus d'informations sur la politique et les initiatives de sensibilisation de PATH, veuillez contacter <http://sites.path.org/advocacyimpact/> ou envoyer un courrier électronique à advocacyimpact@path.org.

Copyright © 2013, PATH. Tous droits réservés.

Les informations contenues dans ce document peuvent être librement utilisées à des fins pédagogiques ou non commerciales, à condition qu'elles soient accompagnées d'une ligne de reconnaissance.

Table des matières

REMERCIEMENTS	5
PRÉSENTATION DE L'ATELIER	6
ORGANISATION DE L'ATELIER	12
JOUR 1 : INSTRUCTIONS D'ANIMATION	19
BIENVENUE ET PRÉSENTATIONS	20
QU'EST-CE QUE LA SENSIBILISATION POLITIQUE ?	23
INTRODUCTION AUX DIX PARTIES	31
PARTIE 1 : PROBLÈME DE SENSIBILISATION	34
PARTIE 2 : BUT DE SENSIBILISATION	44
SÉANCE FACULTATIVE : CONSTITUTION D'UN DOSSIER DE PREUVES	50
BILAN DE LA JOURNÉE ET CLÔTURE	54
JOUR 2 : INSTRUCTIONS D'ANIMATION	55
SÉANCE D'OUVERTURE	56
PARTIE 3 : DÉCIDEURS ET INFLUENCEURS	58
PARTIE 4 : PRINCIPAUX INTÉRÊTS DES DÉCIDEURS	64
PARTIE 5 : OPPOSITION ET OBSTACLES À LA SENSIBILISATION	71
PARTIE 6 : ATOUTS ET LACUNES DE LA SENSIBILISATION	78
PARTIE 7 : PARTENAIRES DE LA SENSIBILISATION	83
BILAN DE LA JOURNÉE ET CLÔTURE	91
JOUR 3 : INSTRUCTIONS D'ANIMATION	93
SÉANCE D'OUVERTURE	94
PARTIE 8 : TACTIQUES DE SENSIBILISATION	96
PARTIE 9 : MESSAGES DE SENSIBILISATION	105
PARTIE 10 : PLAN POUR MESURER LA RÉUSSITE	115
SÉANCE DE CLÔTURE	120
ANNEXE 1 : FEUILLES D'EXERCICES	121
ANNEXE 2 : MATÉRIEL DES SACTIVITÉS	156
ANNEXE 3 : MATÉRIEL DE PLANIFICATION ET D'ÉVALUATION	209

REMERCIEMENTS

Ce programme a été mis au point par Arianna De Lorenzi, Kristy Kade, Susan Kingston et Rachel Wilson. Les points de vue qui y sont exprimés sont ceux des auteurs. Nous remercions tout particulièrement Kelley Boldt, Erin Fry Sosne, Katie Gray, Billie-Jean Nieuwenhuys et Abiah Weaver pour leur soutien et leur contribution à ce travail.

Ce programme s'intègre dans la gamme d'outils *Des intervenants plus performants pour un impact accru sur la santé*, proposée en ligne : <http://sites.path.org/advocacyimpact/>. D'autres ressources sont disponibles sur ce site, parmi lesquelles :

- *Cahier d'exercices pour l'élaboration d'une stratégie de sensibilisation politique*
- *Programme pour un atelier sur l'élaboration d'une stratégie de sensibilisation politique : manuel de formation des animateurs*
- *Sensibilisation politique à la santé : Interactive eLearning course (Cours interactif en ligne)*
- À paraître en 2015 :
 - *Programme pour un atelier sur la communication des politiques : guide de l'animateur*
 - *Guide de ressources pour renforcer les coalitions : boîte à outils à l'intention de l'animateur*

De nombreuses ressources peuvent également [être téléchargées](#) dans diverses langues, notamment en arabe, hindi, français, chinois mandarin, portugais, russe, espagnol, swahili et vietnamien.

Un grand nombre de notions et initiatives proposées dans ce guide ont été inspirées et influencées par d'autres contenus de sensibilisation. Si vous souhaitez obtenir plus d'informations ou consulter des ressources sur la sensibilisation, reportez-vous aux publications suivantes :

Advocacy: Building Skills for NGO Leaders. Copyright © 1999, The Centre for Development and Population Activities (CEDPA).

Advocacy Matters: Helping Children Change Their World. Copyright © 2007. An International Save the Children Alliance Guide to Advocacy. Participant's Manual.

Advocacy Tools and Guidelines: Promoting Policy Change. Copyright © 2001, Cooperative for Assistance and Relief Everywhere, Inc. (CARE). Utilisé avec autorisation.

Advocacy to Improve Global Health: Strategies and Stories from the Field. Copyright © 2009, Program for Appropriate Technology in Health (PATH).

Influencing Institutional Decision Making: Designing Effective Advocacy Strategies. Copyright © 2011: 9th edition, Center for Democratic Education.

Networking for Policy Change: An Advocacy Training Manual. 1999, The POLICY Project.

The Spifire Strategies Smart Chart 3.0: An Even More Effective Tool to Help Nonprofits Make Smart Communications Choices. Disponible sur :

http://www.smartchart.org/content/smart_chart_3_0.pdf.

Expanding Access through Policy Advocacy (présentation PowerPoint). Women Thrive Worldwide.

PRÉSENTATION DE L'ATELIER

Introduction

La sensibilisation à l’égard des politiques sanitaires permettant d’améliorer la santé publique est l’un des moyens les plus efficaces pour garantir que les ressources, les mesures et la volonté politiques nécessaires pour assurer le soutien, l’intensification et la pérennité des programmes sanitaires mondiaux soient disponibles. Compte tenu de la multitude des méthodes d’influence existantes sur les politiques sanitaires — et de l’insuffisance des ressources pour les mettre en œuvre — PATH a mis sur pied une approche dans le but d’élaborer une stratégie de sensibilisation à l’égard des politiques sanitaires. Cette approche se fonde sur une structure en dix parties permettant de faire des choix en matière de sensibilisation politique et de prendre des décisions stratégiques vis-à-vis des buts et initiatives de sensibilisation. Cette structure en dix parties constitue le cadre de référence de cet atelier sur la stratégie de sensibilisation politique. L’atelier a été conçu pour renforcer l’impact des organisations à différents niveaux (international, national, infranational) par le biais d’une stratégie de sensibilisation politique.

Plutôt qu’un ensemble de règles strictes, les dix parties sont des directives facilement adaptables pour aider les intervenants et responsables de la santé mondiale à planifier leurs efforts de sensibilisation politique de façon plus raisonnée, efficace et durable. Les méthodes utilisées pour atteindre les buts et objectifs politiques peuvent être mises en œuvre dans des environnements divers afin de résoudre une multitude de problèmes.

Cet atelier de trois jours a été conçu à l’intention des personnes travaillant dans le secteur de la santé dans des environnements où les ressources sont limitées. Bien qu’elle puisse se révéler utile, les participants n’ont besoin d’aucune expérience préalable dans le domaine de la sensibilisation pour participer à cet atelier.

Durant de nombreuses années, PATH a favorisé une approche en dix étapes pour élaborer une stratégie de sensibilisation, initialement publiée dans *Advocacy to Improve Global Health: Strategies and Stories from the Field*. Le programme de cet atelier a été adapté à partir de cette structure originale.

Objectifs de l’atelier

Cet atelier a pour but d’améliorer la compréhension et les compétences des participants pour qu’ils puissent planifier et favoriser la mise en œuvre des stratégies de sensibilisation qui permettront d’apporter des changements au niveau des politiques sanitaires. Plus précisément, à l’issue de cet atelier, les participants seront en mesure :

- de faire la distinction entre la sensibilisation politique et d’autres types de sensibilisation
- d’identifier les composantes d’une stratégie de sensibilisation politique
- d’identifier les moyens de sensibilisation politique pour répondre aux défis mondiaux dans le domaine de la santé
- de concevoir des tactiques pour influencer les décideurs
- de mettre au point une stratégie de sensibilisation politique basée sur une structure en dix parties.

À la fin de l’atelier, les participants disposeront d’un projet de stratégie de sensibilisation politique bien conçu, qu’ils pourront ensuite partager avec leurs collègues et mettre en œuvre.

Programme de l'atelier

Ce programme inclut les contenus suivants, nécessaires pour animer un atelier sur la stratégie de sensibilisation politique :

- Objectifs de l'atelier.
- Ordres du jour et objectifs d'apprentissage de chaque séance.
- Instructions détaillées pour animer les séances, activités et travaux en petits groupes.
- Sujets de discussion suggérés.
- Diapositives PowerPoint.
- Études de cas sur un certain nombre problèmes sanitaires dans le monde.
- Matériel pour les activités et feuilles d'exercices.
- Matériel accessoire, y compris outils de planification et d'évaluation des ateliers.

Les animateurs de cet atelier se serviront de diapositives PowerPoint et de tableaux à feuilles. Les diapositives préparées pour transmettre le contenu principal permettent à l'animateur de réduire le temps de préparation de l'atelier, d'étendre la communication du message à des groupes plus importants et de proposer des sujets de discussion faciles. Néanmoins, les animateurs utiliseront des tableaux à feuilles pour noter les idées exprimées, faire des démonstrations ou réaliser des activités de groupes. Si l'établissement où se déroule votre atelier a peu de ressources technologiques, il peut être nécessaire de transposer le contenu des diapositives PowerPoint sur le tableau à feuilles pour présenter l'information.

Les animateurs ne doivent pas hésiter à ajouter, supprimer ou modifier des diapositives au besoin pour les rendre plus pertinentes au contexte d'un pays spécifique ou aux intérêts des participants.

Approche de l'atelier

Cet atelier s'appuie sur une participation active. La participation de l'auditoire est essentielle à la réussite de l'atelier. Les séances ont été conçues pour être interactives et participatives pour encourager les discussions et le partage d'idées entre personnes et groupes. Les animateurs doivent encourager activement la participation et veiller à ce que les séances ne se limitent pas de simples exposés.

Au fur et à mesure que la structure en dix parties est expliquée aux participants, certaines de ces parties pourront prendre plus de temps que prévu. Les animateurs doivent demeurer relativement flexibles et s'adapter en fonction des besoins, intérêts, priorités ou connaissances préalables des participants. En même temps, il est important de maintenir un rythme permettant de couvrir tous les thèmes prévus dans le cadre de l'atelier.

Conseils pour les petits groupes

Cet atelier se concentre sur l'élaboration de stratégies de sensibilisation politique. Selon la composition du groupe, les participants peuvent choisir d'élaborer leurs propres stratégies individuelles, de collaborer avec les autres sur des stratégies communes, ou de travailler en groupe pour créer une stratégie commune. Bien que ce programme ait été conçu pour un travail en petits groupes, nous encourageons les animateurs à adapter cette approche au besoin. Quelle que soit la façon dont ils sont utilisés, les petits groupes sont propices aux interactions et permettent à chacun de s'exprimer et d'émettre des idées.

Avant l'atelier, les animateurs doivent consulter la liste finale des participants et évaluer les différentes possibilités pour constituer des équipes qui seront à la fois utiles et productives. Selon la composition des participants de votre atelier, vous pourrez les répartir par :

- Pays ou région
- Type d'organisation
- Projet
- Thème de santé
- Au hasard

Quelle que soit la répartition sélectionnée pour vos participants, il est conseillé de former des groupes de six personnes au maximum pour obtenir de meilleurs résultats.

Utilisation du manuel de l'animateur

Ce manuel fournit toutes les instructions et tous les documents nécessaires pour animer chaque séance. Les instructions nécessaires à chaque journée sont organisées dans une section, à commencer par l'ordre du jour et une liste du matériel requis pour la journée en question.

Les animateurs trouveront tous les formulaires, les contenus destinés aux activités et aux participants et les feuilles d'exercice à la fin de ce manuel, dans les Annexes.

(suite page suivante)

Les détails de chaque séance sont organisés selon les rubriques et graphiques suivants :

Intitulé de la séance	<u>QU'EST-CE QUE LA SENSIBILISATION POLITIQUE ?</u>	Thème principal de la séance.
Horaires	 9 h–10 h Une heure	Heure de début de la séance et durée estimée.
Matériel	<ul style="list-style-type: none"> • Papier pour tableaux à feuilles, chevalets, marqueurs, ruban adhésif • Porte-nom de table ou badges • Cahiers d'exercices des participants • Polycopié : Programme 	Objets physiques nécessaires pour la séance.
Objectifs	<p>Objectifs de la séance :</p> <p>Après cette séance, les participants seront en mesure :</p> <ul style="list-style-type: none"> • de définir la sensibilisation politique • d'identifier les différents types de changements de 	Principaux objectifs d'apprentissage de la séance.
Préparation	<p style="text-align: center;">PRÉPARATION</p> <p>✓ Inscrivez les dix parties d'une stratégie de sensibilisation sur une feuille du tableau et affichez-la dans un endroit visible.</p>  <p><u>Les dix parties d'une stratégie de sensibilisation politique :</u></p>	Dispositions à prendre avant le début de la séance.
Étapes de l'animation	<p style="text-align: center;">ANIMER LA SÉANCE</p> <p><u>ÉTAPE 1. Accueillir les participants à l'atelier 10 minutes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ Accueillez les participants. ➢ Décrivez brièvement le contexte et l'objectif de l'atelier. 	Instructions détaillées pour animer la séance.
Aller de l'avant	ALLER DE L'AVANT ! 	Transition vers la prochaine séance.

Au cours des étapes d'animation, les icônes suivantes serviront d'indices visuels à l'animateur :



Lire une diapositive PowerPoint.



Utiliser un tableau à feuilles.



Mener une activité.



Communiquer ce point clé.

Rôle de l'animateur

En tant qu'animateur, vous êtes essentiel à l'apprentissage des participants ainsi qu'à le succès global de l'atelier. Vous trouverez ci-dessous quelques **conseils de base pour l'animation** à garder à l'esprit.

- Faites preuve d'enthousiasme ! Le niveau d'énergie des participants reflète votre propre niveau d'énergie. Restez donc positif ou positive et enthousiaste.
- Arrivez au moins une heure à l'avance pour organiser la salle et le matériel et vous occuper des derniers préparatifs.
- N'oubliez pas de vous présenter et d'accueillir les participants à leur arrivée.
- Mémorisez le nom de chaque participant etappelez-les régulièrement par leur nom. Vous favoriserez ainsi une atmosphère conviviale et permettrez aux participants de se sentir valorisés et intégrés.
- Ne tournez pas le dos à votre auditoire, mais ne restez pas non plus planté(e) toujours au même endroit. Vos déplacements dans la salle suscitent et maintiennent l'intérêt et la participation de l'auditoire et garantissent que vous soyez entendu(e) de tous.
- Faites preuve de souplesse par rapport au programme de la séance. Il est important que les participants comprennent le contenu et fassent un travail de qualité. Si vous vous attardez sur un point particulier, prévoyez de rattraper le retard ailleurs pour vous assurer de couvrir tous les aspects de l'atelier.
- Faites rapidement le point avec l'équipe d'animation à la fin de chaque journée pour passer en revue les commentaires des participants et décider comment ajuster le contenu et le programme du lendemain. Cette réunion est indispensable et essentielle au succès de l'atelier.

Encadrement des équipes

Lors des activités en petits groupes, le ou les animateurs doivent passer d'une table à l'autre pour guider les équipes. **En tant que coach, votre rôle principal est de vous assurer que les participants suivent les instructions, comprennent les notions enseignées et les appliquent correctement dans leur travail.**

Vous êtes ainsi dans une position privilégiée pour détecter les domaines que les participants pourraient ne pas saisir et répondre à leurs questions. S'il y a deux animateurs, chacun doit encadrer le ou les mêmes groupes pendant toute la durée de l'atelier.

Pendant les activités petits groupes, observez ces règles générales :

- **Laissez les équipes travailler de façon autonome avant d'intervenir.** Tenez-vous à proximité pendant que les groupes travaillent et observez.
- **Écoutez les conversations.** Si une équipe semble faire fausse route ou s'il est évident que les membres ne comprennent pas bien une certaine notion, n'hésitez pas à les remettre sur le droit chemin ou à donner des éclaircissements.
- **Encouragez l'esprit critique au sein du groupe.** Si l'équipe vous pose une question, répondez par une autre question pour orienter sa réflexion.
- **Faites attention à l'heure.** Les équipes peuvent se lancer dans des discussions très animées, facilement perdre la notion du temps et ne pas terminer une activité. Signalez l'heure à mi-chemin et cinq ou dix minutes avant la fin d'une activité.
- **Encouragez le groupe à attribuer des rôles.** Les équipes peuvent être efficaces si, au début d'une activité, elles désignent une personne chargée de surveiller l'heure, une autre de prendre des notes et un porte-parole.
- **Encouragez le groupe à attribuer des rôles.** Les équipes peuvent être efficaces si, au début d'une activité, elles désignent une personne chargée de surveiller l'heure, une autre de prendre des notes et un porte-parole.

ORGANISATION DE L'ATELIER

Les organisateurs devront effectuer les tâches suivantes pour planifier efficacement un atelier :

1. Inviter les participants adéquats.
2. Constituer l'équipe de l'atelier.
3. Réviser et adapter le programme (au besoin).
4. Assembler les dossiers destinés aux participants et imprimer les documents pertinents.
5. Gérer le lieu de l'atelier et la logistique des transports.
6. Tenir une réunion des animateurs avant l'atelier.
7. Préparer la salle de réunion.

1. Inviter les participants adéquats

Pour garantir le succès de l'atelier, il est important d'inviter des participants enthousiastes et motivés. L'impact de l'atelier sera plus durable si les participants ont la possibilité et comptent sur le soutien nécessaire pour mettre en application leurs nouvelles connaissances après la formation. **Dans l'idéal, les participants comprendront des personnes qui :**

- ont démontré leur intérêt dans le domaine de la sensibilisation politique
- ont l'appui de leur superviseur
- ont l'occasion d'incorporer ce qu'ils ont appris à leurs initiatives en cours ou futures
- possèdent une excellente compréhension de leur environnement politique local.

Un groupe de dix à quinze participants est la taille optimale pour qu'un ou deux animateurs puissent gérer efficacement les discussions et les travaux en équipes. Il est conseillé de limiter à participation à quinze personnes.

Après avoir finalisé la liste des participants, il est utile de se renseigner sur leurs antécédents professionnels, intérêts en matière de santé, ainsi que sur leur expérience dans le domaine de la sensibilisation ou des politiques publiques. Ces informations vous permettront de déterminer si le programme ou l'ordre du jour doit être adapté d'une façon quelconque. (Un exemple de **sondage du participant préalable à l'atelier** est inclus dans la rubrique Contenu de l'atelier).

Préparation des participants

Avant l'atelier, demandez à chaque participant de faire un court **exercice préalable à l'atelier** (exemple inclus dans la rubrique Contenu de l'atelier). Le but de cet exercice de préparation est d'aider les participants à rassembler des informations sur leurs problèmes potentiels de sensibilisation politique afin d'élaborer des stratégies pertinentes et éclairées au cours de l'atelier. Les contenus et informations recueillis au cours de l'exercice seront particulièrement utiles à la création d'une stratégie de sensibilisation politique.

Les participants doivent apporter leur exercice finalisé à l'atelier.

Remarque sur les ordinateurs et téléphones portables

Les participants peuvent apporter un ordinateur portable, mais ils ne doivent pas l'utiliser pendant l'atelier, sauf pour prendre des notes, ébaucher des stratégies ou consulter les ressources trouvées lors de l'exercice

préalable. Les téléphones portables et intelligents doivent être éteints. Demandez aux participants d'éviter de consulter leur courrier électronique ou de faire tout autre travail en dehors des pauses programmées.

2. Constituer l'équipe de l'atelier

L'équipe de l'atelier va participer à toutes les étapes pour animer les séances et gérer la logistique. Dans l'idéal, l'équipe de l'atelier se composera de :

- l'animateur principal
- un coordinateur de logistique chargé de gérer la communication relative au lieu, au service traiteur, etc.

Un seul animateur peut diriger l'atelier, mais un autre animateur peut intervenir si le groupe est particulièrement nombreux. Dans l'idéal, les animateurs auront de l'expérience dans les domaines suivants :

- animation de groupes
- sensibilisation
- élaboration de stratégie
- régions et problématiques représentées dans l'atelier

Co-animation

Un seul animateur est suffisant pour cet atelier. Toutefois, si deux animateurs décident de collaborer, voici quelques **suggestions pour une co-animation efficace** :

- Divisez le cours en parties et alternez pendant la journée. Attribuez les séances en fonction des talents, connaissances et expérience de chacun.
- Pendant que l'un anime la séance, l'autre joue le rôle d'assistant (p.ex., prendre des notes sur le tableau, faire attention à l'heure, etc.). Si vous êtes l'assistant, laissez votre partenaire gérer le flux des discussions. Évitez de l'interrompre ou de vouloir prendre le contrôle, sauf si votre aide est clairement nécessaire. Si vous êtes l'animateur principal, impliquez votre partenaire pour répondre aux questions des participants correspondant à son expertise particulière.
- Convenez de signes pour communiquer des messages de façon subtile pendant la présentation, comme « Il ne reste que peu de temps », « Les participants ne comprennent pas », « On a besoin d'une pause » ou « J'ai besoin de votre aide pour expliquer ce concept ».

Il est conseillé de se limiter à un maximum de deux animateurs par atelier.

Remarque concernant la traduction

Déterminez la langue principale qui sera utilisée pendant l'atelier. Il est conseillé que les participants parlent couramment ou très bien la langue utilisée dans l'atelier. La traduction ne doit pas être la principale méthode de communication ; les interprètes doivent plutôt aider les participants de langue étrangère à comprendre une terminologie ou une notion complexe. Ainsi, il est préférable de désigner un interprète connaissant le vocabulaire technique du domaine de sensibilisation. Les animateurs ne doivent pas servir d'interprète principal.

3. Réviser et adapter le programme (au besoin)

Ce programme est suffisamment adaptable pour convenir à des audiences diversifiées. Chaque journée se déroule en fonction du contenu et des exemples abordés la veille, et les séances doivent donc se dérouler dans l'ordre défini dans ce manuel. Cependant, les animateurs peuvent choisir d'adapter les présentations ou les activités en fonction des besoins des participants, de la taille de la salle de réunion, du temps disponible ou de la taille du groupe tout en respectant la séquence et les instructions initiales de la séance. Cela comprend l'ajout, la suppression ou la mise à jour des diapositives PowerPoint pour mieux correspondre aux besoins des participants.

Plusieurs études de cas sont fournies pour illustrer la façon dont la sensibilisation politique peut être utilisée afin d'aborder différentes questions de santé à l'échelle mondiale. Les animateurs peuvent ainsi choisir les exemples les plus pertinents aux intérêts de chaque groupe de l'atelier. Les animateurs peuvent personnaliser davantage l'atelier en offrant des exemples concrets ou en racontant des histoires tirées de leur propre travail de sensibilisation. Assurez-vous de choisir des exemples qui reflètent les intérêts et les besoins des participants.

Si vous disposez de moins de temps pour l'atelier, envisagez d'inclure moins d'activités ou d'exemples pour illustrer les notions, ou encore de réduire le temps de travail en équipes ou le nombre d'équipes expliquant leur travail après les exercices. Si vous disposez de plus de temps, proposez une journée supplémentaire pour offrir une assistance technique individuelle ou aux participants afin d'affiner ou d'approfondir les stratégies de sensibilisation.

4. Assembler les dossiers destinés aux participants et imprimer les documents pertinents.

Avant l'atelier, vous devrez assembler un dossier destiné à chaque participant. Nombre des documents composant ce dossier devront être imprimés, par vous-même ou un professionnel. Chaque dossier de participant doit comprendre :

- une chemise à deux pochettes pour ranger les documents
- l'ordre du jour à l'intention des participants*
- les diapositives PowerPoint*
- les feuilles d'exercices*
- un crayon ou un stylo
- un badge ou porte-nom

*En imprimer un par participant. Vous trouverez ces documents dans les Annexes du manuel de l'animateur.

En plus des articles énumérés ci-dessus, vous devrez imprimer les documents suivants qui vous aideront à dispenser l'atelier. Ces documents ne doivent pas être intégrés aux dossiers des participants, mais vous aurez besoin de les avoir à portée de main durant l'atelier. Utilisez la liste de vérification ci-dessous :

- liste des participants
- ordre du jour pour l'animateur
- étude de cas (choisir parmi les annexes du manuel de l'animateur celle qui est la plus pertinente pour le groupe)
- réponses à l'étude de cas
- Partie 4 : Affichettes « S'organiser »
- Partie 7 : Fiches de discussion avec les partenaires

- Partie 7 : Fiches Qualités d'un partenariat efficace
- Partie 7 : Fiches Types de collaboration
- Partie 9 : Fiches Qualités des messages convaincants
- évaluation finale de l'atelier
- remise des certificats aux participants

5. Gérer le lieu de l'atelier et la logistique des transports

Assurez-vous que la salle est suffisamment grande pour accueillir tous les participants et offre de l'espace supplémentaire pour les travaux en groupes. Il est préférable que les espaces supplémentaires pour les séances en groupes se trouvent dans ou à proximité de la salle principale de l'atelier pour gagner du temps entre le travail de groupes et les séances plénières.

Autres aspects logistiques à prendre en compte :

- Service traiteur pour les pauses et les repas
- Indemnités journalières du participant (le cas échéant)
- Réservations d'hôtels
- Déplacements et transports locaux
- Besoins audiovisuels

6. Tenir une réunion des animateurs avant l'atelier.

Les animateurs doivent se rencontrer avant l'atelier pour passer en revue la logistique et adapter l'ordre du jour au besoin. La liste suivante peut être utile pour assurer une préparation adéquate :

Liste de vérification préalable à l'atelier

- ___ Assembler les dossiers des participants, registres de présence, badges
- ___ Planifier le processus d'enregistrement du premier jour
- ___ Coordonner les repas et les pauses café
- ___ Consulter la liste finale des participants et les résultats du sondage préalable à l'atelier
- ___ Passer en revue les indemnités journalières des participants/autres questions logistiques
- ___ Décider de la meilleure façon de répartir les groupes (p. ex., par pays, organisation, thème de santé, nombre aléatoire)
- ___ Désigner le ou les animateurs des séances
- ___ Faire des ajustements au déroulement, programme ou matériel de l'atelier (au besoin)
- ___ Imprimer les documents et assembler les dossiers destinés aux participants
- ___ Imprimer les documents d'animation
- ___ Discuter des questions d'ordre linguistique (le cas échéant)
 - Processus de traduction (qui servira d'interprète et quand)
 - Meilleure façon d'animer l'atelier avec l'aide d'interprètes
 - Diapositives, tableaux à feuilles en langue étrangère

7. Préparer la salle de réunion

La veille de l'atelier, inspectez la salle de réunion pour vous assurer qu'elle est correctement aménagée et équipée, avec notamment :

- des tables et chaises adéquates
- une disposition optimale des tables
- un éclairage et une température contrôlés
- des microphones (si nécessaire)
- du matériel audiovisuel, cordons d'alimentation, écrans
- des tableaux à feuilles, marqueurs (noir, bleu ou vert de préférence), ruban adhésif

En général, les deux dispositions de tables suivantes sont les plus utiles. Chacune a ses avantages et inconvénients, selon les composantes de l'atelier étudiées. Selon la taille du groupe et de la salle, choisissez la disposition la plus efficace.

En forme de U, avec les chevalets et les animateurs situés à l'extrémité ouverte. Tout le monde a la possibilité de bien voir, entendre et interagir, mais ça ne favorise pas le travail en petits groupes. Cette disposition est plus adaptée à un petit groupe d'atelier.

« Style cabaret » avec plusieurs tables rondes rapprochées les unes des autres dans la salle, et les animateurs au devant de la salle. Cette disposition est efficace pour les travaux en petits groupes, mais réduit les interactions entre participants.

Avant la séance, affichez les feuilles nécessaires du tableau sur le mur de façon à ce qu'elles soient bien visibles dans la salle. Placez également les dossiers des participants sur chaque chaise.

Planifier le déroulement

Pour que toutes les parties soient réalisées en temps voulu, la planification doit commencer plusieurs mois à l'avance. Le programme suivant est fourni à titre indicatif :

Déroulement	Tâche
Deux – à trois mois avant	<ul style="list-style-type: none"> • Constituer l'équipe de l'atelier. • Réserver le lieu de l'atelier. • Inviter/avertir les participants et leur envoyer le sondage préalable à l'étude.
Un mois avant.	<ul style="list-style-type: none"> • Organiser la logistique des déplacements (plus tôt si des visas sont nécessaires) pour les participants et le ou les animateurs. • Confirmer la liste des participants. • Récupérer les sondages du participant avant l'atelier. • Distribuer l'exercice préalable à l'atelier. • Réviser et modifier le programme de l'atelier et l'ordre du jour (au besoin). • Attribuer des rôles et répartir les exposés entre les animateurs.
deux à trois semaines avant.	<ul style="list-style-type: none"> • Finaliser et produire les documents, feuilles d'exercices, etc. • Confirmer la logistique du lieu de l'atelier.
Une semaine avant	<ul style="list-style-type: none"> • choisir les études de cas qui seront utilisées et faire suffisamment de copies.

	<ul style="list-style-type: none"> • Imprimer les documents et les dossiers destinés aux participants. • Imprimer les documents d'animation. • Dresser une liste des participants comprenant leurs coordonnées.
Un à deux jours avant	<ul style="list-style-type: none"> • Visite des animateurs sur le site de l'atelier, le cas échéant. • Tenir la réunion des animateurs. • Préparer la salle de l'atelier.

JOUR 1 : INSTRUCTIONS D'ANIMATION

Introduction à la notion de sensibilisation
Parties 1 et 2

Déroulement de la journée

Enregistrement	8 h 30–9 h
Bienvenue et présentations	9 h–10 h
Qu'est-ce que la sensibilisation politique ?	10 h–11 h 15
Pause	11 h 15–11 h 30
Introduction aux dix parties	11 h 30–12 h
Partie 1 : Problème de sensibilisation	12 h–13 h
Déjeuner	13 h–14 h
Partie 1 : Problème de sensibilisation (suite)	14 h–14 h 45
Partie 2 : But de sensibilisation	14 h 45–15 h 30
Pause	15 h 30–15 h 45
Partie 2 : But de sensibilisation (suite)	15 h 45–17 h 15
Bilan de la journée et clôture	17 h 15–17 h 30

Matériel de la journée

- Ordinateur portable, projecteur ACL
- Écran, cordons d'alimentation
- Diapositives de la présentation PowerPoint
- Tableaux à feuilles, chevalets, ruban adhésif
- Marqueurs de couleur
- Fiches
- Badges/porte-nom
- Dossiers du participant
- Registre de présence
- Programme
- Étude de cas
- Réponses à l'étude de cas
- Feuille d'exercices - Partie 1 : Identifier les problèmes potentiels de sensibilisation
- Feuille d'exercices - Partie 1 : Choisir un problème de sensibilisation
- Feuille d'exercices - Partie 2 : Identifier les buts potentiels de sensibilisation
- Feuille d'exercices - Partie 2 : Établir les priorités entre buts de sensibilisation (facultatif)
- Feuille d'exercices - Partie 2 : Constituer un dossier de preuves (facultatif)

BIENVENUE ET PRÉSENTATIONS

Objectifs de la séance

Après cette séance, les participants seront en mesure :

- de connaître les objectifs, l'ordre du jour et le déroulement de l'atelier
- d'établir ce qu'ils peuvent raisonnablement attendre de l'atelier.



9 h—10 h

Une heure

Matériel

- Papier pour tableaux à feuilles chevalets, marqueurs, ruban adhésif
- Diapositives PowerPoint
- Badges et porte-nom
- Registre de présence
- Dossiers du participant
- Programme

PRÉPARATION

- ✓ Préparez le registre de présence que les participants signeront à leur arrivée.
- ✓ Disposez les tables et placez les dossiers sur les chaises.
- ✓ Chargez les diapositives.
- ✓ Intituez un tableau à feuilles « Règles de base », et l'autre tableau « Parking ». Placez les deux tableaux à feuilles dans un endroit visible.

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Accueillir les participants à l'atelier

10 minutes



Accueillez les participants.

➤ Décrivez brièvement le contexte et l'objectif de l'atelier.

➤ Présentez les animateurs et tout autre membre du personnel.

ÉTAPE 2. ACTIVITÉ : FAIRE LES PRÉSENTATIONS ENTRE PARTICIPANTS

20 minutes

➤ Demandez aux participants de se tourner vers une personne qu'ils ne connaissent pas ou avec laquelle ils ne travaillent pas avec en général, et d'échanger :

- leurs noms
- leur organisation
- toute expérience dans le domaine de la sensibilisation
- ce qu'ils espèrent apprendre au cours de l'atelier.

➤ Demandez à chaque participant de présenter brièvement sa ou son partenaire au groupe.

➤ Notez ce qu'ils espèrent apprendre sur le tableau de à feuilles.

ÉTAPE 3. Donner un aperçu de l'atelier

30 minutes



Passez en revue les objectifs de l'atelier. Afin de gérer les attentes, étudiez dans quelle mesure les souhaits des participants et les objectifs de l'atelier se recoupent.

- Faire la distinction entre sensibilisation politique et autres types de sensibilisation.
- Identifier les composantes essentielles d'une stratégie de sensibilisation politique.
- Identifier les solutions de changement de politiques pour résoudre les problèmes sanitaires à l'échelle mondiale.
- Concevoir des tactiques pour influencer les décideurs.
- Mettre au point une stratégie de sensibilisation basée sur une structure en dix parties.

➤ Insistez sur ce POINT CLÉ :

- ★ Au cours de cet atelier de trois jours, vous allez élaborer une stratégie de sensibilisation politique détaillée et exhaustive que vous pourrez mettre en œuvre.

- **Passez en revue l'ordre du jour.** Insistez sur le fait que les animateurs seront à la fois attentifs et feront preuve de souplesse par rapport au déroulement prévu. Rappelez le début et la fin des séances et des pauses. Expliquez qu'on attend des participants qu'ils assistent à l'intégralité de l'atelier.
- **Précisez que l'atelier requiert une participation active !** Chaque séance comprendra des discussions, démonstrations, exercices et travaux en petits groupes.
- **Expliquez le contenu du dossier des participants.** Rappelez aux participants d'apporter leurs dossiers chaque jour.



Invitez les participants à suggérer une liste de règles de base (normes) pour travailler ensemble.

Notez les réponses sur le tableau à feuilles « Règles de base ». Les idées peuvent inclure :

- Commencer à l'heure.
- Pas de téléphone ni d'ordinateur portable pendant les discussions.
- Amusez-vous !
- Respecter le point de vue des autres.
- Poser des questions en cas de difficulté.
- Tout le monde doit participer.

- **Expliquez le rôle du tableau « Parking ».** Le concept de « parking » permet de noter les idées ou problèmes soulevés qui ne peuvent pas être abordés dans l'immédiat. Encouragez les participants à inscrire des questions ou des sujets sur ce tableau pendant les pauses.
- **Expliquez la logistique de l'atelier** (p. ex. toilettes, sorties de secours, repas, etc.).

ÉTAPE 4.

ALLER DE L'AVANT ! 

- **Expliquez que l'atelier commencera par des définitions clés et l'étude de la notion de « sensibilisation ».**

QU'EST-CE QUE LA SENSIBILISATION POLITIQUE ?

Objectifs de la séance



10 h–11 h 15

Une heure,
15 minutes

Après cette séance, les participants seront en mesure :

- de définir la sensibilisation politique
- d'identifier les différents types de changements et de mises en œuvre de politiques
- faire la distinction entre sensibilisation politique et autres notions connexes.

Matériel

- Papier pour tableaux à feuilles, chevalets, marqueurs, ruban adhésif
- Diapositives PowerPoint

PRÉPARATION

✓ Dessinez le tableau suivant sur deux feuillets joints, et couvrez-le jusqu'à ce que vous en ayez besoin.

Notion	Interlocuteur cible	Objectif	Mesures de la réussite
IEC			
CCC			
Création de la demande			
Levée de fonds			
Mobilisation communautaire/sociale			
Sensibilisation politique			

✓ Chargez les diapositives.

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Introduire la séance

5 minutes

- **Expliquez que la notion de « sensibilisation » peut avoir plusieurs sens selon les pays et contextes.**
Cette séance proposera une définition commune de la notion de « sensibilisation politique ».

- **Énoncez les objectifs de la séance :**

Après cette séance, vous serez capables :

- de définir la sensibilisation politique
- d'identifier les différents types de changements et de mises en œuvre de politiques
- faire la distinction entre sensibilisation politique et autres notions connexes.

ÉTAPE 2. Définir la sensibilisation politique

25 minutes



Demandez aux participants de réfléchir aux mots qui leur viennent à l'esprit lorsqu'ils pensent à la sensibilisation. Notez leurs réponses sur le tableau à feuilles, qui peuvent inclure :

- Processus
- Persuasion
- Changement
- Communication
- Influence
- Responsabilisation
- Prise de décision
- Lobbying
- Prise de conscience
- Éducation
- Défense
- Décideurs politiques
- Politique
- Organisation
- Information
- Sensibilisation

- **Insistez sur le POINT CLÉ suivant :**

- ★ Généralement, la sensibilisation renvoie à un processus visant à obtenir un soutien pour résoudre un problème en faisant changer les attitudes, les comportements, les politiques, les systèmes ou les manières de faire. De nombreuses organisations ont recours à la sensibilisation pour obtenir le soutien d'interlocuteurs essentiels et faire qu'ils se mobilisent autour d'un problème, d'une intervention ou d'une technologie en rapport avec la santé. La sensibilisation politique est un type particulier de sensibilisation.



Lisez la définition de la sensibilisation politique sur la diapositive. Pointez tous les mots évoqués par les participants apparaissant dans la définition.

La sensibilisation politique est un processus raisonné, consistant à informer et influencer les décideurs pour qu'ils soutiennent le changement et la mise en œuvre de politiques s'appuyant sur des preuves, notamment en mobilisant des ressources à cet effet.



Étudiez la diapositive sur les quatre parties principales de la définition.

- La sensibilisation politique est un processus raisonné exigeant une planification et une stratégie. Elle n'est pas efficace si elle est exécutée sans préparation.

- Ce processus vise à informer et influencer les décideurs. La sensibilisation politique tente d'influencer les personnes détenant l'autorité officielle pour effectuer le changement.
- La sensibilisation politique vise à apporter des changements s'appuyant sur des preuves. Vous devez posséder les connaissances requises pour démontrer l'importance du problème et l'efficacité de la solution suggérée.
- Le but ultime de la sensibilisation politique est d'obtenir le changement de politique souhaité ou de garantir la mise en œuvre d'une politique existante. Il ne suffit pas d'informer les décideurs politiques. Il faut les convaincre de passer à l'action. Le changement et la mise en œuvre des politiques peuvent se faire au niveau mondial, national ou infranational. Ils peuvent également avoir lieu au sein d'une organisation ou d'un établissement, si vos efforts de sensibilisation concernent des cibles institutionnelles.



Passez en revue la diapositive sur les types de changements et de mises en œuvre des politiques.

Un changement de politique peut signifier :

- l'élimination d'une politique néfaste
- la mise à jour ou la réforme d'une politique existante
- l'élaboration d'une nouvelle politique
- l'affectation ou l'engagement de ressources dans le cadre d'un budget.

La mise en œuvre d'une politique peut impliquer :

- la diffusion d'une politique
- l'application d'une politique
- l'utilisation adéquate des fonds affectés
- la responsabilisation par rapport aux engagements politiques et l'exécution des dispositions prévues dans ce cadre.

Conseil pour l'animateur !

Il est possible que des décideurs se trouvent parmi les participants. Soulignez le fait que souvent, ces décideurs doivent également savoir comment sensibiliser autrui. Ils doivent être capables de plaider en faveur d'un changement de politique au sein de leur propre institution, auprès d'autres institutions ou aux différents niveaux du système de gouvernance.

➤ **Lancez une brève discussion afin d'éclaircir à quoi sert la sensibilisation dans le cadre de la mise en œuvre des politiques.** Posez des questions comme :

- En quoi la sensibilisation en faveur de la mise en œuvre de politiques diffère-t-elle de la mise en œuvre d'un programme d'intervention ?
- Dans un contexte de sensibilisation politique, pourquoi est-il important de s'assurer ce soit le décideur responsable qui mette en œuvre une politique ?

➤ **Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :**

- ★ Dans certains cas, une politique de santé publique peut exister, mais ne pas avoir été mise en œuvre. Parfois, des politiques supplémentaires sont nécessaires pour lancer la mise en œuvre. Ainsi, une stratégie de haut niveau peut nécessiter des directives d'accompagnement. Néanmoins, il ne faut pas toujours plaider en faveur de nouvelles politiques. Dans de nombreux contextes, il existe un cadre politique fonctionnel. Ce qui est nécessaire, c'est un effort de sensibilisation pour que les décideurs assument la responsabilité de mettre en œuvre des politiques qui existent déjà.

- ★ Plaider pour la mise en œuvre des politiques ne veut pas dire que votre organisation doive aider par le biais de ses programmes, en dispensant des soins de santé ciblés, en formant des soignants, en apportant des améliorations aux établissements ou en contribuant à faire évoluer les normes et valeurs sociales lorsque celles-ci entravent les progrès sanitaires. Ce travail, qui est nécessaire et crucial pour améliorer la santé, est un complément à la sensibilisation politique, mais ne constitue pas le noyau d'une stratégie de sensibilisation politique ou de cet atelier.



Demandez aux participants de réfléchir aux différents types de politiques et de noter leurs réponses au tableau. Elles peuvent inclure :

- Lois/législations
- Plans
- Stratégies
- Programmes d'intervention
- Structures
- Protocoles
- Ordres administratifs
- Procédures
- Directives
- Réglementation
- Budgets/postes
- Programme de formation du gouvernement
- Appels d'offres publics
- Traité
- Conventions ou déclarations internationales
- Circulaires
- Plans de travail du gouvernement
- Listes de médicaments et dispositifs indispensables

- Discutez brièvement de la question suivante : les déclarations verbales (telles qu'une déclaration présidentielle) ou un changement de programme effectué unilatéralement par un décideur constituent-ils en soi un type de politique ou un changement de politique ? Posez des questions comme :

- Comment les gens savent-ils comment effectuer le changement ?
- Le changement se poursuivra-t-il une fois que le décideur s'en ira ?

- Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :

- ★ Il existe un grand nombre des termes utilisés de façon interchangeable pour désigner les politiques dans un contexte donné (p. ex., « plans, stratégies, programmes, structures » et « protocoles, directives, réglementations »).
- ★ En général, les politiques de santé renvoient aux documents ou déclarations émis par les pouvoirs publics ou les institutions qui orientent/informent/influencent/financent/gèrent les programmes de santé et les personnes qui ont besoin de ces prestations sanitaires.
- ★ La sensibilisation politique met l'accent sur la modification des **documents écrits**. Même si une déclaration est faite, elle devra, en fin de compte, être rédigée en bonne et due forme pour devenir une politique. Cela permet de garantir la durabilité, voire la pérennité, du changement.



Demandez aux participants de réfléchir aux manières dont un décideur démontre qu'il assume ses responsabilités. Demandez aux participants quelle forme prend la responsabilisation dans le domaine de la santé et inscrivez leurs réponses sur le tableau à feuilles. Les réponses peuvent comprendre :

- Diffusion des plans et politiques et formations connexes
- Transparence du processus de prise de décision
- Surveillance formelle du financement, des systèmes et des services
- Réponse aux besoins identifiés au niveau de la communauté
- Application des lois
- Existence de systèmes correctifs
- Utilisation des fonds conformément aux engagements ou allocations
- Existence de mécanismes permettant de recueillir l'avis des organisations de la société civile (OSC) et des citoyens en matière politique et budgétaire.
- Existence de mécanismes permettant de communiquer des commentaires et comptes rendus aux citoyens et OSC sur leurs activités
- Mise en œuvre des mesures prévues dans le cadre des politiques
- Approvisionnement des établissements sanitaires en produits de base, équipements et fournitures
- Postes de soignants pourvus
- Disponibilité des services aux niveaux de soins prévus, tels que décrits dans le cadre des politiques

➤ **Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :**

- ★ Élaborer une nouvelle politique ne permettra pas de résoudre les problèmes de santé si les décideurs ne tiennent pas leurs promesses. Une fois qu'une politique a été définie, sa mise en œuvre réussie exige la plupart du temps que les décideurs prennent des mesures concrètes et soient tenus d'assumer leurs responsabilités.
- ★ Souvent, la responsabilisation s'avère être une arme à double tranchant. En effet, les citoyens et la société civile ont également des responsabilités vis-à-vis du système de soins, notamment celle de recueillir et d'examiner les informations pertinentes et de les utiliser pour exiger des responsables publics qu'ils rendent compte et tiennent leurs promesses.

Conseil pour l'animateur !

Dans de nombreux contextes, tenter de sensibiliser à la notion la responsabilisation peut s'avérer difficile ; par conséquent, nous vous suggérons de demander aux participants quels sont les termes qu'ils ont utilisés pour décrire les efforts de responsabilisation dans leurs pays, ou de quelle manière ils ont abordé la question pour que l'idée soit accueillie favorablement, voire soutenue par les décideurs.

ÉTAPE 3. Comparer la sensibilisation à des notions similaires

45 minutes

- **Expliquez que la sensibilisation politique est souvent confondue avec d'autres notions ayant des éléments communs.** Ces autres notions sont l'information, l'éducation et la communication (IEC), la communication pour le changement de comportement (CCC), les levées de fonds, la création de la demande, et la mobilisation communautaire et sociale. Pour bien différencier ces notions, il peut s'avérer utile de prendre en considération les cibles, objectifs et résultats de chaque approche.



Demandez aux participants de remplir le tableau ci-dessous.¹ Posez des questions telles que :

- Lorsque vous menez des activités d'IEC/CCC, quel est votre interlocuteur cible ?
- Que voulez-vous qu'il fasse ? Comment savez-vous s'il l'a fait ?

Notion	Interlocuteur cible	Objectif	Mesures de la réussite
IEC	Personnes ou sous-groupes de la population (p. ex., femmes enceintes, hommes de plus de 50 ans)	Accroître la prise de conscience, encourager des comportements et actions spécifiques.	Accroissement des connaissances relatives au comportement souhaité.
CCC ²	Individus ou sous-groupes de la population (p. ex., femmes enceintes, hommes de plus de 50 ans)	Promouvoir et soutenir le changement d'un comportement ou d'une action spécifique.	Adoption du comportement souhaité.
Création de la demande ³	Personnes, professionnels de la santé, institutions, décideurs politiques ⁴	Accroître la prise de conscience, ainsi que la demande et l'adoption de produits ou services de santé nouveaux ou existants.	Accroissement des connaissances, ainsi que de la demande et de l'adoption des produits et services.
Levée de fonds	Donateurs	Levée des fonds pour l'organisation	Ressources obtenues
Mobilisation communautaire/sociale	Membres de la communauté/classes sociales pertinentes	Intéresser/mobiliser les membres de la communauté pour qu'ils se préoccupent des problèmes sanitaires touchant la société dans son	Augmentation du nombre de personnes sensibilisées et activement engagées dans l'évocation et la résolution d'un problème.

¹ Adapté de *The Centre for Development and Population Activities (CEDPA). « Advocacy: Building Skills for NGO Leaders. The CEDPA Training Manual Series.» Washington, DC. 1999.*

² La communication comportementale appliquée (comm CA) est un nouveau cadre conceptuel, élaboré par PATH pour décrire son approche du changement de comportement. Il s'agit d'un processus fondé sur des données probantes, utilisant la communication et les stratégies interpersonnelles pour atteindre des résultats positifs en matière de santé.

³ La création de la demande fait également référence à la génération d'une exigence citoyenne pour de meilleurs services sanitaires et sociaux, afin de pousser les responsables publics (p. ex. les décideurs politiques, prestataires de services) à prendre des engagements et à les respecter.

⁴ Dans ce cas, les décideurs politiques peuvent souvent exercer une grande influence en s'exprimant favorablement sur l'importance des services, produits ou changements, et entraîner ainsi leur adoption.

		ensemble et contribuent à la prise de conscience ; mobiliser les parties prenantes pour qu'elles fassent entendre leurs voix et agissent pour améliorer les services de santé et programmes sanitaires.	
Sensibilisation politique	Décideurs politiques officiels	Exercer une influence en faveur du changement de politique ou obtenir la mise en œuvre d'une politique.	Changement de politique effectué; politique mise en œuvre.

➤ Lancez une brève discussion sur les similarités et différences entre sensibilisation politique et autres notions. Posez des questions telles que :

- Votre idée de la sensibilisation politique a-t-elle changé ?
- Dans quelle mesure ces autres approches peuvent-elles jouer un rôle dans la sensibilisation politique?

➤ Résumez en incluant les POINTS CLÉS suivants :

- ★ Dans la sensibilisation politique, les médias, les membres de la communauté, les chefs religieux et les prestataires de soins de santé ne représentent pas l'auditoire cible. Toutefois, approcher ces groupes par le biais de la mobilisation communautaire et sociale peut constituer une tactique stratégique permettant d'influencer les décideurs qui *sont*, eux, la cible finale.
- ★ La sensibilisation politique ne consiste pas à obtenir de l'argent du gouvernement pour que votre organisation mette en œuvre un programme ou une formation spécifique. En revanche, si votre organisation influence les pouvoirs publics dans le but d'améliorer ou d'adopter un programme ou une formation, il s'agit de sensibilisation politique.
- ★ Habituellement, le succès des efforts de sensibilisation politique n'est pas mesuré en termes d'impact sur la santé. Il est extrêmement difficile d'établir un lien de cause à effet direct entre les efforts de sensibilisation politique et les améliorations sanitaires ou le nombre de vies sauvées. Par contre, il est souvent plus facile d'évaluer les efforts de sensibilisation politique en déterminant si le changement souhaité a été effectué ou si les décideurs concernés ont pris des mesures concrètes.

Conseil pour l'animateur !

Des questions au sujet du **lobbying** pourraient être soulevées durant l'atelier. Dans ce cas, insistez sur les **POINTS CLÉS POINTS** suivants :

En général, la sensibilisation politique ne fait pas appel au lobbying. La sensibilisation politique est considérée comme du lobbying si elle implique des interventions auprès des organes législatifs/parlements concernant une législation/des lois et allocations budgétaires spécifiques.

Un grand nombre de donateurs imposent des restrictions en matière de lobbying avec leurs fonds. Ainsi, ni les sources de financement de l'État américain (y compris les agences américaines suivantes : Agency for International Development, US Department for Health and Human Services, et US Centers for Disease Control and Prevention) ni les subventions de la Fondation Bill & Melinda Gates ne peuvent être utilisées à des fins de lobbying à l'intérieur ou à l'extérieur des États-Unis. Par ailleurs, de nombreux pays ont des règles spécifiques concernant les activités de lobbying.

Assurez-vous de bien comprendre les règles de votre organisation, du donateur et des autorités locales avant de vous engager dans une activité de lobbying.

ÉTAPE 4. **ALLER DE L'AVANT !**

- Expliquez que nous jetterons un premier coup d'œil sur les dix parties de la structure stratégique après la pause.



PAUSE 11 h 15–11 h 30 (15 minutes)

INTRODUCTION AUX DIX PARTIES

Objectif de la séance

Après cette séance, les participants seront en mesure :

- d'identifier les composantes essentielles d'une structure stratégique de sensibilisation.



11 h 30–12 h
30 minutes

Matériel

- Papier pour tableau à feuilles, chevalets, marqueurs, ruban adhésif
- Diapositives PowerPoint
- Étude de cas
- Réponses à l'étude de cas

PRÉPARATION

- ✓ Inscrivez les dix parties d'une stratégie de sensibilisation sur une feuille du tableau et affichez-la dans un endroit visible.

Les dix parties d'une stratégie de sensibilisation politique :

- Partie 1-** Problème de sensibilisation
- Partie 2 -** But de sensibilisation
- Partie 3 -** Décideurs et influenceurs
- Partie 4 -** Principaux intérêts des décideurs
- Partie 5 -** Opposition et obstacles à la sensibilisation
- Partie 6 -** Atouts et lacunes de la sensibilisation
- Partie 7-** Partenaires de la sensibilisation
- Partie 8-** Tactiques de sensibilisation
- Partie 9 -** Messages de sensibilisation
- Partie 10 -** Plan pour mesurer la réussite

- ✓ Choisissez une étude de cas et faites suffisamment de copies.
- ✓ Chargez les diapositives.

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Introduire la séance

5 minutes

- **Rappelez aux participants que la sensibilisation politique est un « processus raisonné ».** Une stratégie formelle vous aidera à imaginer et appliquer ce processus. PATH a élaboré une structure simple, articulée en dix parties, pour vous aider à élaborer une stratégie de sensibilisation politique de façon rigoureusement logique.
- **Expliquez l'objectif de la séance :**

Après cette séance, vous serez capables :

- d'identifier les composantes essentielles d'une structure stratégique de sensibilisation.

ÉTAPE 2. Passer en revue les dix parties

5 minutes



Passez en revue la diapositive des dix parties et décrivez brièvement les principales composantes de chaque partie.

- Partie 1-** Problème de sensibilisation
- Partie 2 -** But de sensibilisation
- Partie 3 -** Décideurs et influenceurs
- Partie 4 -** Intérêts principaux des décideurs
- Partie 5 -** Opposition et obstacles à la sensibilisation
- Partie 6 -** Atouts et lacunes la sensibilisation
- Partie 7-** Partenaires de la sensibilisation
- Partie 8-** Tactiques de sensibilisation
- Partie 9 -** Messages de sensibilisation
- Partie 10 -** Plan pour mesurer la réussite

- **Demandez aux participants de se reporter au tableau intitulé « Les dix parties ».** Expliquez qu'il servira de liste de vérification à mesure que nous progressons.
- **Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :**
 - ★ Il y a plusieurs façons d'aborder cette structure et l'ordre ne doit pas être strictement respecté. Bien souvent, vous devrez modifier certaines parties en fonction des changements de climat politique, au fur et à mesure de l'élaboration de votre stratégie. Mais chaque partie est très importante pour aboutir à une stratégie de sensibilisation complète et concise.
 - ★ Certaines parties prendront plus de temps que d'autres.



ÉTAPE 3. ACTIVITÉ : ÉTUDE DE CAS

15 minutes

- Répartissez les participants en trois ou quatre équipes et distribuez les copies de l'étude de cas choisie.
- Demandez à des volontaires de lire à haute voix et à tour de rôle l'étude de cas devant leur équipe.
- Demandez à chaque équipe de repérer les dix parties différentes de la structure stratégique de sensibilisation dans l'étude de cas et de les noter dans le tableau figurant de l'autre côté. Donnez dix minutes pour accomplir cette tâche.
- Demandez aux équipes de dire où elles ont trouvé chaque partie, en commençant par la première partie. (Reportez-vous aux réponses à l'étude de cas). Pour faciliter la discussion, posez des questions comme :
 - Avez-vous trouvé certaines parties plus difficiles à repérer que d'autres ?
- Insistez sur le POINT CLÉ suivant :
 - ★ Cette étude de cas n'est qu'un exemple de ce à quoi peuvent ressembler les dix parties dans la réalité. Chaque séance de l'atelier étudiera ces parties en détail et proposera d'autres exemples.

ÉTAPE 4. Préparer l'élaboration d'une stratégie de sensibilisation

5 minutes

- Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :
 - ★ Avant de vous lancer dans l'élaboration d'une stratégie, vous devez effectuer un certain travail de préparation afin de bien comprendre le « contexte » de la politique concernée. Avant de commencer à mettre au point d'une stratégie, il est utile de :
 - faire des recherches sur le processus de décision/d'élaboration des politiques
 - analyser le contexte actuel de la politique concernée, et notamment savoir quelles sont les politiques existantes en rapport avec votre effort de sensibilisation et quelles sont les lacunes existantes tant au niveau des politiques elles-mêmes que de leur mise en œuvre
 - recenser les parties prenantes.
 - ★ Il faut également effectuer une évaluation des besoins pour comprendre les problèmes touchant la population que vous souhaitez aider.
 - ★ Chaque participant a exécuté certaines de ces étapes lors de l'exercice préalable à l'atelier. Le but de cet exercice était de vous aider à rassembler les informations dont vous aurez besoin avant de commencer à élaborer la stratégie.

ÉTAPE 5.

ALLER DE L'AVANT !

- Expliquez que vous êtes maintenant prêts à passer à la première partie. Dans la première partie, vous allez sélectionner le problème à traiter par le biais de la sensibilisation politique.

Objectifs de la séance

Après cette séance, les participants seront en mesure :

- d'identifier la nature des problèmes pouvant faire l'objet d'une sensibilisation
- d'évaluer les problèmes potentiels justifiant le recours à la sensibilisation.



12 h–15 h 30

Deux heures,
30 minutes (plus une
heure pour le repas)

Matériel

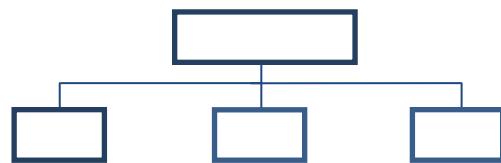
- Papier pour tableau à feuilles, chevalets, marqueurs, ruban adhésif
- Diapositives PowerPoint
- Feuille d'exercices - Partie 1 : identifier les problèmes potentiels de sensibilisation
- Feuille d'exercices - Partie 1 : choisir un problème de sensibilisation

PRÉPARATION

- ✓ Décidez de la façon la plus logique de répartir les participants pour les travaux pratiques en groupes qui sera utilisée pendant toute la durée de l'atelier (p. ex., par pays, projet, organisation, sujet de santé ou nombre aléatoire). Les participants peuvent également travailler seuls si leur thème est très particulier.
- ✓ Dessinez le tableau suivant sur deux feuilles jointes et couvrez-le jusqu'à ce que vous en ayez besoin.

Critères du problème	Problème 1	Problème 2
Clarté et précision Fondé sur des preuves Potentiel de partenariats Volonté politique Expertise unique Ressources disponibles Risque faible à nul Impact important si problème abordé Réussite possible d'ici 3 – à 5 ans Nombre total de scores élevés, moyens et faibles		

- ✓ Dessinez le graphique suivant sur deux feuilles jointes du tableau et couvrez-le jusqu'à ce que vous en ayez besoin.



- ✓ Chargez les diapositives.

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Introduire la séance

5 minutes

- Expliquez qu'avant de pouvoir vraiment commencer à élaborer votre stratégie, vous devez décider du problème à traiter par le biais de la sensibilisation politique. C'est l'une des étapes les plus difficiles, mais les plus importantes de l'élaboration d'une stratégie !

- Énoncez les objectifs de la séance :

Après cette séance, vous serez capables :

- d'identifier la nature des problèmes pouvant faire l'objet d'un effort de sensibilisation
- d'évaluer les problèmes potentiels justifiant le recours à la sensibilisation.

ÉTAPE 2. Quelle est la nature des problèmes justifiant le recours à la sensibilisation politique ?

10 minutes



Demandez aux participants quelle est la nature des problèmes pouvant être abordés par le biais de la sensibilisation politique. Notez leurs réponses au tableau.



Passez en revue la diapositive sur les problèmes qui se prêtent à la sensibilisation politique :

- Le problème que vous choisissez d'aborder par le biais de la sensibilisation politique doit comprendre les cinq composantes suivantes :
 1. Il doit correspondre à un objectif existant ou s'inscrire naturellement dans l'axe de travail de votre organisation ou programme. Ne plaidez pas pour une cause dans laquelle votre organisation n'a aucune expérience. Vous risquez d'affaiblir votre crédibilité.
 2. Votre cause doit s'appuyer sur des preuves. Vous devez pouvoir prouver que cette question constitue véritablement un problème.
 3. Un changement de politique ou la mise en œuvre d'une politique doit permettre d'améliorer la situation.
 4. Il doit être raisonnablement réalisable en trois à cinq ans. C'est la durée moyenne d'une stratégie de sensibilisation politique.
 5. Le problème doit être suffisamment spécifique et clairement défini. Les grands problèmes comme le VIH et le sida sont trop généraux.

- Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :

- ★ Il y a de nombreux problèmes dans le monde. La sensibilisation politique n'est pas toujours la meilleure stratégie pour les résoudre. S'il est plus facile de résoudre un problème par le biais d'un programme, cela veut dire que ce n'est pas un objet idéal pour une stratégie de sensibilisation politique.

- ★ Il existe de nombreux types de preuves. Elles peuvent s'appuyer sur des résultats d'essais cliniques aléatoires, sur les normes et meilleures pratiques mondiales ou encore sur l'identification de besoins spécifiques à certaines communautés. Plus les preuves que vous apporterez seront solides et variées, plus votre effort de sensibilisation sera efficace.
- ★ Plus le problème auquel vous vous attaquez est clair et précis, plus vous serez en mesure d'élaborer une solution politique concrète qui permettra d'améliorer la situation.
- ★ Pour être sûr que votre proposition est suffisamment spécifique, il est utile de commencer par un exposé sommaire du problème principal que vous avez l'intention d'aborder par le biais de la sensibilisation politique. Habituellement, le problème principal consiste en une difficulté ayant un impact sur les personnes que vous servez, ou qui empêche l'accès ou la prestation de soins efficaces. Il faut ensuite déterminer quelles sont les causes profondes du problème ; elles deviennent habituellement l'objet de votre effort de sensibilisation.

ÉTAPE 3.

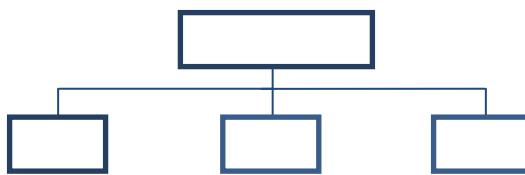


ACTIVITÉ : EXERCICE EN GROUPE

20 minutes



Découvrez le tableau comportant le graphique ci-dessous.



- **Demandez à un participant d'exposer le problème principal qu'il souhaite aborder par le biais de la sensibilisation politique** en deux phrases ou moins. Inscrivez le problème dans la case du haut.
- **Demandez ensuite au participant d'identifier deux ou trois causes à la source** du problème en deux phrases ou moins. Inscrivez ces causes dans les trois cases du bas.
- **Posez-lui les questions suivantes** concernant chacune des causes profondes du problème :
 - Un changement de politique, ou la mise en œuvre d'une politique existante, peut-il contribuer à résoudre la cause profonde du problème ?
 - Votre organisation a-t-elle déjà mis en œuvre des programmes d'intervention pour remédier à cette cause ?
 - Avez-vous des éléments prouvant qu'il s'agit bien d'une cause profonde ?
 - Le problème peut-il être traité raisonnablement (sinon complètement) en trois ou cinq ans ?
- **Expliquez que s'ils ont répondu « non » à l'une des questions, cela signifie que la cause profonde ne justifie pas de recourir à la sensibilisation politique pour résoudre ce problème. Toute cause profonde à laquelle correspondent quatre réponses affirmatives justifie le recours à la sensibilisation politique.**

Conseil pour l'animateur !

Les intervenants expérimentés ont tendance à identifier l'absence de politique ou de financement comme problème principal. Dans ce cas, encouragez-les à faire marche arrière et à commencer par définir le problème principal à résoudre par un financement ou une politique.

Conseil pour l'animateur !

Il arrive parfois que le problème principal soit déjà suffisamment spécifique. Si la réponse est « oui » à toutes les questions concernant le problème, il n'est pas nécessaire d'en énumérer les causes profondes.

- En fonction des réponses aux questions, demandez au participant laquelle des causes profondes justifierait le recours à la sensibilisation politique. Il n'y a aucun inconvénient à ce que plusieurs causes profondes justifient le recours à la sensibilisation politique ; vous pourrez les comparer et choisir plus tard. Si aucune des causes profondes ne justifie le recours à la sensibilisation, demandez au participant de réfléchir à d'autres causes ou de choisir un autre problème.
- Recommencez l'exercice avec un autre participant (si le temps le permet).



ÉTAPE 4. ACTIVITÉ : TRAVAIL EN PETITS GROUPES

25 minutes

- Répartissez les participants en petits groupes. Demandez-leur de se reporter à la *Feuille d'exercices - Partie 1 : Identifiez les problèmes potentiels à sensibiliser*.

Feuille d'exercices - Partie 1 : Identifier les problèmes potentiels de sensibilisation									
<p>Inscrivez le problème principal que vous souhaitez aborder dans la case supérieure, et deux ou trois causes à la source de ce problème dans les cases en dessous. Répondez ensuite aux quatre questions pour chaque cause à la source du problème. Si vous avez coché « oui » aux quatre questions, inscrivez la cause profonde dans la case inférieure intitulée « Problème potentiel justifiant un effort de sensibilisation ». À ce stade, vous pourriez avoir identifié plusieurs causes profondes justifiant le recours à la sensibilisation ; vous pourrez comparer et choisir entre ces différentes causes en utilisant une autre feuille d'exercices. Si vous n'avez pas encore identifié au moins deux causes profondes justifiant le recours à la sensibilisation, retournez la feuille de travail et recommencez l'exercice en choisissant un autre problème principal.</p>									
PROBLÈME PRINCIPAL		<input type="text"/>							
LES CAUSES PROFONDES*		<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>							
<small>*les causes profondes constituent des problèmes</small>		OUI	NON	OUI	NON	OUI	NON	OUI	NON
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un changement de politique, ou la mise en œuvre d'une politique existante, peut-il contribuer à remédier à la cause profonde du problème ?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Votre organisation a-t-elle déjà mis en œuvre des programmes d'intervention pour remédier à cette cause ?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Avez-vous des preuves que cette cause profonde constitue véritablement un problème ?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Peut-on raisonnablement (sinon complètement) remédier à cette cause profonde en trois ou cinq ans ?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> PROBLÈME POTENTIEL DE SENSIBILISATION ?					<input type="checkbox"/> PROBLÈME POTENTIEL DE SENSIBILISATION ?			<input type="checkbox"/> PROBLÈME POTENTIEL DE SENSIBILISATION ?	
7									

➤ **Donnez les instructions suivantes :**

- Inscrivez le problème principal que vous souhaitez aborder dans la case supérieure, et deux ou trois causes à la source de ce problème dans les cases en dessous.
- Répondez ensuite aux quatre questions pour chaque cause à la source du problème. Si vous avez coché « oui » aux quatre questions, inscrivez la cause profonde dans la case inférieure étiquetée « Problème potentiel justifiant un effort de sensibilisation ».
- À ce stade, vous pourriez avoir identifié plusieurs causes profondes justifiant le recours à la sensibilisation ; vous pourrez comparer et choisir entre ces différentes causes en utilisant une autre feuille d'exercices.
- Si vous n'avez pas encore identifié au moins deux causes profondes justifiant le recours à la sensibilisation, retournez la feuille et recommencez l'exercice.

➤ **Dites aux participants qu'ils ont environ 20 minutes après le déjeuner pour remplir la feuille de travail s'ils ne l'ont pas déjà fait.**



DÉJEUNER 13 h–14 h (une heure)



ÉTAPE 4. ACTIVITÉ : TRAVAIL EN PETITS GROUPES (suite)

30 minutes

- Dites aux participants de continuer à travailler sur la première partie de leurs feuilles d'exercices pendant les 20 prochaines minutes.
- Après environ 20 minutes, faites le bilan en demandant aux équipes de décrire brièvement leurs résultats, si le temps le permet.

ÉTAPE 5. Établir les priorités entre les problèmes justifiant le recours à la sensibilisation politique

15 minutes

- Insistez sur le POINT CLÉ suivant :

- ★ Il peut y avoir de nombreux problèmes à aborder, mais certains d'entre eux sont sans doute plus adaptés que d'autres. Tenter de sensibiliser à un trop grand nombre de problèmes risque d'affaiblir vos efforts. Il est donc important d'établir des priorités.



Demandez aux participants de réfléchir aux facteurs pouvant les amener à choisir un problème plutôt qu'un autre. Notez leurs réponses sur le tableau à feuilles, lesquelles peuvent inclure :

- Expertise du personnel
- Argent disponible
- Temps disponible
- Climat politique
- Autres politiques concurrentielles Initiatives
- Impact des élections à venir
- Chances de réussite
- Préférence des parties prenantes

Conseil pour l'animateur !

Nous vous suggérons d'expliquer, qu'en général, les organisations évitent de se concentrer sur plus de trois à cinq problèmes en même temps. Dans le cadre de cet atelier, — et compte tenu du temps passé ensemble — les participants sont encouragés à donner la priorité à un seul problème. Les participants peuvent utiliser leurs cahiers d'exercices pour étudier d'autres problèmes après l'atelier.

- Insistez sur le POINT CLÉ suivant :

- ★ Certains problèmes que vous souhaitez aborder ne pourront pas l'être pour diverses raisons. Pour vous aider à choisir entre les problèmes, il peut être utile de les classer en fonction de critères spécifiques.



Passez en revue la diapositive sur les critères standard utilisés pour évaluer les problèmes justifiant le recours à la sensibilisation.

- Spécificité et clarté du problème.
- Nombre de preuves à l'appui.
- Potentiel de partenariats pour aborder le problème.
- Volonté politique d'attaquer au problème.

- L'organisation peut apporter une expérience et une expertise particulières pour traiter le problème.
- Disponibilité des ressources (temps, argent et influence) pour traiter le problème.
- Risques pour votre organisation si elle s'attaque au problème.
- Probabilité que le changement de politique ou la mesure politique ait un impact important sur le problème.
- Possibilité de réussite entre trois à cinq ans.



Demandez à deux participants de partager un de leurs problèmes potentiels justifiant le recours à la sensibilisation. Aidez le groupe à évaluer le niveau de gravité des deux problèmes (élevé, moyen ou faible) en fonction critères de la feuille de travail, sur le tableau à feuilles préparé ci-dessous :

Critères du problème	Problème 1	Problème 2
Clarté et précision		
Preuves à l'appui		
Potentiel de partenariats		
Volonté politique		
Expertise unique		
Ressources disponibles		
Risque faible ou inexistant		
Impact important si problème abordé		
Réussite possible d'ici 3 – à 5 ans		
Nombre total de scores élevés, moyens et faibles		

- **Lancez une brève discussion sur le problème qu'ils choisiraient en fonction des scores.** Expliquez que le problème ayant le plus de scores élevés et moyens est celui qui a généralement le plus de chances de réussir et d'avoir un impact. Mais il n'y a pas de règles absolues.

Conseil pour l'animateur !

Expliquez aux participants que le critère « Risque faible ou inexistant » doit être noté de façon inverse : « élevé » signifie qu'il n'y a pas de risque, tandis que « faible » signifie que le risque est important.

(suite page suivante)



ÉTAPE 6. ACTIVITÉ : TRAVAIL EN PETITS GROUPES

35 minutes

- Demandez aux participants d'utiliser la *Feuille d'exercices - Partie 1 : Choisir un problème de sensibilisation*.

Feuille d'exercices - Partie 1 : Choisir un problème de sensibilisation			
Critères	Problème 1 :	Problème 2 :	Problème 3 :
Le problème choisi est clair et précis.	<input type="checkbox"/> Élevé (très clair et précis) <input type="checkbox"/> Moyen (assez clair et précis) <input type="checkbox"/> Faible (peu clair et précis)	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Il existe des données qualitatives et quantitatives prouvant que c'est un problème.	<input type="checkbox"/> Élevé (fortes preuves) <input type="checkbox"/> Moyen (quelques preuves) <input type="checkbox"/> Faible (aucune/peu de preuves)	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Il y a un potentiel de partenariat entre les organisations, dirigeants et parties prenantes d'influence.	<input type="checkbox"/> Élevé (nombreux partenaires) <input type="checkbox"/> Moyen (quelques partenaires) <input type="checkbox"/> Faible (aucun partenaire)	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Il existe une volonté politique de résoudre le problème.	<input type="checkbox"/> Élevé (favorable) <input type="checkbox"/> Moyen (neutre) <input type="checkbox"/> Faible (opposé)	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Votre organisation peut apporter une expérience ou une expertise particulière.	<input type="checkbox"/> Élevé (expertise particulière) <input type="checkbox"/> Moyen (expertise assez particulière) <input type="checkbox"/> Faible (expertise limitée à quelques autres organisations)	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Votre organisation possède des ressources de sensibilisation pour résoudre le problème.	<input type="checkbox"/> Élevé (nombreuses ressources) <input type="checkbox"/> Moyen (quelques ressources) <input type="checkbox"/> Faible (pas de ressources)	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible

(suite page suivante)

11

- Donnez les instructions suivantes :

- Inscrivez les problèmes potentiels justifiant le recours à la sensibilisation dans la rangée supérieure. Pour ceux d'entre vous qui souhaitent choisir entre plus de trois problèmes, utilisez du papier brouillon supplémentaire pour ajouter des colonnes.
- Attribuez un score élevé, moyen ou faible à chaque problème potentiel, en fonction des critères de la colonne de gauche. Faites ensuite la somme des scores élevés, moyens et faibles.
- Sélectionnez le problème qu'il est préférable de cibler par le biais de la sensibilisation politique et notez-le dans la case du bas. Si vos problèmes ont le même score, choisissez celui qui vous intéresse le plus.
- Ce problème servira de fondement à la stratégie que vous allez élaborer au cours de cet atelier.

Conseil pour l'animateur !

Nous vous suggérons de prévoir des feuilles de travail supplémentaires pour les personnes ou groupes souhaitant choisir entre plus de deux problèmes.

- Après 20 minutes, demandez à autant d'équipes que possible d'exposer brièvement le problème qu'elles ont sélectionné. Lancez un débat en posant des questions comme :
 - Êtes-vous surpris des scores ?
 - Est-ce que votre problème « de prédilection » a obtenu le meilleur score ?
 - Quelle a été l'influence des scores sur votre choix ?
- Si vous avez le temps, aidez les équipes à affiner leurs problèmes si nécessaire en posant des questions stratégiques ou en faisant des suggestions pour les rendre plus spécifiques ou propices au changement ou à la mise en œuvre de politiques.

Conseil pour l'animateur !

Répétez aux participants que cette cause profonde représente dorénavant le problème qui fera l'objet de leurs efforts de sensibilisation. Ils utiliseront ce problème pendant le reste de l'atelier pour élaborer une stratégie de sensibilisation.

ÉTAPE 7.

ALLER DE L'AVANT ! 

- Félicitez le groupe pour avoir terminé la première partie.
- Sur le tableau à feuilles intitulé « Les dix parties », cochez la première partie.
- Expliquez que la prochaine partie porte sur le changement de politique qui permettra d'améliorer la situation ou de résoudre le problème. Nous commencerons la deuxième partie après déjeuner.



PAUSE 15 h 30–15 h 45 (15 minutes)

PARTIE 2 : BUT DE SENSIBILISATION

2

Objectifs de la séance

Après cette séance, les participants seront en mesure :

- d'identifier les composantes essentielles d'un but de sensibilisation
- de définir un but de sensibilisation pour leur stratégie.



15 h 45–17 h 15

Une heure,
30 minutes

Matériel

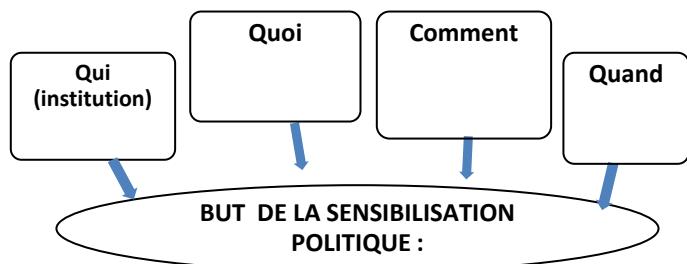
- Papier pour tableau à feuilles, chevalets, marqueurs, ruban adhésif
- Diapositives PowerPoint
- Feuille d'exercices - Partie 2 : Identifier les buts potentiels de sensibilisation
- Feuille d'exercices - Partie 2 : Établir les priorités entre les buts de sensibilisation (facultatif)
- Feuille d'exercices - Partie 2 : Constituer un dossier de preuves (facultatif)

PRÉPARATION

- ✓ Dessinez le tableau suivant :

QUOI	COMMENT

- ✓ Dessinez le graphique suivant sur deux feuilles jointes du tableau et couvrez-le jusqu'à ce que vous en ayez besoin.



- ✓ Notez les dix parties sur un tableau à feuilles :

doit _____ pour garantir que
(QUI) _____ (COMMENT) _____
d'ici _____.
(QUOI) _____ (QUAND) _____

- ✓ Chargez les diapositives.

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Introduire la séance

5 minutes

- Expliquez que la deuxième partie consiste à définir le but de votre effort de sensibilisation afin de mieux cibler votre stratégie. Ce but repose sur la solution que vous proposez, ou sur la mesure que le décideur politique devrait prendre selon vous, pour résoudre le problème concerné.
- Énoncez les objectifs de la séance :

Après cette séance, vous serez capables :

- d'identifier les composantes essentielles d'un but de sensibilisation
- d'élaborer un but de sensibilisation pour votre stratégie.

ÉTAPE 2. Identifier les solutions potentielles

30 minutes



Étudiez la diapositive sur les quatre composantes d'un but de sensibilisation politique.

- QUI : l'institution prenant les décisions, avec le pouvoir de mettre en œuvre des mesures pour résoudre le problème concerné.
- QUOI : le changement que vous souhaiteriez voir mis en place pour résoudre le problème concerné.
- COMMENT : la mesure spécifique pouvant être prise par une institution ayant un pouvoir de décision pour que le changement se concrétise.
- QUAND : une fenêtre temporelle pour que les mesures soient mises en œuvre (souvent entre six mois et trois à cinq ans, selon l'effort particulier de sensibilisation).

- Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :

- ★ Le « **comment** » d'un but de sensibilisation politique renvoie à un changement de politique spécifique, ou à une mesure pouvant être prise par une institution décisionnaire et engageant sa responsabilité.
- ★ N'oubliez pas que votre but de sensibilisation doit correspondre à ce qu'une institution décisionnaire peut faire pour résoudre le problème concerné. Souvenez-vous que la sensibilisation politique consiste à exercer une influence sur autrui pour que cette personne agisse. Par conséquent, ce n'est pas vous ni votre organisation qui prendrez les mesures nécessaires pour atteindre votre but de sensibilisation.
- ★ Lorsque vous définissez le but de votre effort de sensibilisation, il est conseillé de commencer par élaborer une solution politique, c'est-à-dire le « **quoi** » et le « **comment** ».

- Découvrez le tableau et demandez aux participants de le copier sur un morceau de papier.

QUOI	COMMENT

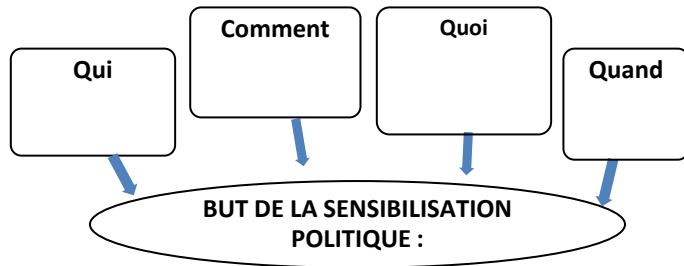
- **Expliquez que le moment est venu pour les participants de réfléchir au « quoi » de leurs buts de sensibilisation politique.** Demandez aux participants de revenir sur leur problème de sensibilisation et d'identifier le grand changement qu'ils souhaiteraient voir — ce qui permettra de faire une différence en améliorant la vie des gens dont ils s'occupent ou en facilitant l'accès ou la prestation de soins efficaces. Encouragez les participants à décrire ce changement en une seule phrase et inscrivez-la dans la colonne « quoi ». **Donnez cinq minutes aux participants pour réfléchir à leur « quoi ».**
- **Demandez ensuite aux participants de réfléchir au « comment » de leurs buts — ou à ce qu'une institution décisionnaire peut faire pour que le changement souhaité se concrétise.** Le décideur peut-il élaborer, rejeter ou modifier une politique, établir une ligne budgétaire, organiser la diffusion des politiques, employer plus de personnel soignant ou réaliser des achats spécifiques, etc. ?Pour aider les participants à effectuer cet exercice, renvoyez-les aux tableaux élaborés plus tôt dans la journée, durant leur réflexion sur les différents types de politiques et initiatives de responsabilisation. Demandez aux participants d'écrire leurs réponses en une seule phrase dans la colonne « comment ». **Donnez cinq minutes aux participants pour achever cet exercice.**
- **Demandez aux participants de rappeler au groupe quel est leur problème de sensibilisation, puis de partager un exemple relatif au « quoi » et au « comment » du changement qu'ils souhaitent, en deux phrases ou moins.** Inscrivez leurs réponses sur le tableau à feuilles pour que tout le groupe les voie. Si nécessaire, posez-leur des questions pour éclaircir leurs idées et les aider à être plus spécifiques.
- **Expliquez que ces deux composantes — le « quoi » et le « comment » — représentent la solution que vous proposerez dans le cadre de votre effort de sensibilisation politique.**
- **Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :**
 - ★ Plus spécifique est le « comment », mieux c'est. Par exemple, si vous voulez qu'une institution décisionnaire élabore, modifie ou rejette une politique, précisez le nom de cette politique. Tout comme votre problème de sensibilisation, plus spécifique est votre but , plus votre stratégie globale de sensibilisation deviendra claire.
 - ★ Le « comment » occupe une importance cruciale dans votre analyse des politiques. Trop souvent, les intervenants approchent les décideurs pour évoquer les problèmes qui se posent sans avoir de recommandations à leur offrir sur la manière de résoudre ces problèmes de façon efficace. Sans une solution politique solide à proposer, vos efforts de sensibilisation seront facilement laminés.
 - ★ Il y a habituellement plus d'une manière (plus d'un « comment ») de résoudre un problème. Souvent, un changement peut être mis en œuvre à travers de nombreux mécanismes ou politiques différents et par diverses institutions. En fonction des changements du panorama politique, vous serez peut-être amené(e) à affiner ou modifier le « comment » au cours du temps. Par exemple, la politique que vous souhaitez voir modifiée ne sera pas révisée avant cinq ans. Dans ce cas, comment pouvez-vous arriver à vos fins ? Pour le moment, il vous suffit d'identifier la manière de « comment » atteindre votre but de sensibilisation politique. Néanmoins, il est toujours bon d'avoir de garder d'autres possibilités à l'esprit.

ÉTAPE 3. Transformer les solutions politiques en buts de sensibilisation *15 minutes*

- Expliquez aux participants que le moment est maintenant venu d'identifier le « qui » et le « quand » de leur but de sensibilisation positif, à savoir :
- l'institution décisionnaire qui devra agir
 - la date limite avant laquelle elle devra agir.



Sur le tableau préparé, inscrivez dans les cases pertinentes les « comment » et les « quoi » partagés par le participant.



- Travaillez avec le participant précédent qui a partagé ses « comment » et ses « quoi » pour ensuite remplir les cases « qui » et « quand ».
- Ensuite, aidez le participant à rédiger de manière concise son but déclaré sur le tableau à feuilles, en combinant le contenu de toutes les cases. Expliquez aux participants que les espaces vides seront remplis avec leurs qui, comment, quoi et quand.

_____ doit _____ pour garantir que
(QUI) (COMMENT)
_____ d'ici _____.
(QUOI) (QUAND)

- Répétez l'exercice avec un autre participant, si le temps le permet.

(suite page suivante)



ÉTAPE 4.

ACTIVITÉ : TRAVAIL EN PETITS GROUPES

40 minutes

- Renvoyez les participants à la feuille d'exercices - Partie 2 : Identifier les buts potentiels de sensibilisation.

Feuille d'exercices - Partie 2 : Identifier les buts potentiels de sensibilisation

En vous basant sur le problème de sensibilisation que vous avez identifié dans la première partie, remplissez les cases pour définir un but potentiel de sensibilisation. Dans la case « quoi », inscrivez brièvement le changement que vous souhaitez. Dans la case « comment », inscrivez la mesure spécifique pouvant être prise par une institution décisionnaire pour que le changement que vous souhaitez se concrétise. Pour vous aider à identifier le « comment », nous vous conseillons de revenir aux différents types de changement et mise en œuvre politiques décrits dans la section « Qu'est-ce que la sensibilisation politique ? ». Un type de mesure politique spécifique s'applique-t-il à votre situation ? Ensuite, dans la case « qui », inscrivez le nom de l'institution décisionnaire ayant l'autorité d'effectuer le changement que vous souhaitez. Dans la case « quand », inscrivez la date limite à laquelle vous souhaiteriez voir cette mesure mise en place. Puis, remplissez les espaces vides ci-dessous avec les informations correspondantes indiquées dans les cases. Cela vous permettra d'énoncer de manière concise votre but de sensibilisation.

The diagram consists of four rounded rectangular boxes arranged horizontally. The first box on the left is labeled "Qui". The second box in the middle-left is labeled "Comment". The third box in the middle-right is labeled "Quoi". The fourth box on the far right is labeled "Quand". Lines connect the bottom corners of the "Qui" and "Comment" boxes to a single point below them. From this point, a line extends downwards to a larger rectangular box. This larger box has a light blue header containing the text "But de sensibilisation politique³". The main body of this box is white and contains two horizontal lines of text. The top line reads "____ doit _____ pour garantir que" with "(QUI)" under the first blank and "(COMMENT)" under the second blank. The bottom line reads "____ d'ici _____" with "(QUI)" under the first blank and "(COMMENT)" under the second blank.

³ Tel est l'ordre suggéré pour combiner les quatre parties en un énoncé de but de sensibilisation ; vous pouvez cependant assembler ces parties dans un ordre différent.

- **Donnez les instructions suivantes :**

- En vous basant sur le problème de sensibilisation que vous avez identifié dans la partie 1, remplissez les cases pour définir un but potentiel de sensibilisation.
 - Dans la case « quoi », décrivez brièvement le changement que vous souhaitez.
 - Dans la case « comment », inscrivez la mesure spécifique pouvant être prise par une institution décisionnaire pour mettre en œuvre le changement souhaité.
 - Dans la case « qui », inscrivez le nom de l'institution décisionnaire ayant l'autorité/le pouvoir de concrétiser votre solution politique.
 - Dans la case « quand », inscrivez la date limite pour qu'elle prenne les mesures nécessaires (habituellement entre six mois et trois à cinq ans, selon l'effort particulier de sensibilisation).

Conseil pour l'animateur !

Si le temps le permet, demandez aux participants de définir deux buts de sensibilisation, puis de les comparer afin de déterminer lequel des deux est le plus réalisable à l'heure actuelle. *Feuille d'exercices - Partie 2 : Identifier les buts de sensibilisation potentiels (Duplicata) et Feuille d'exercices- Partie 2 : Établir les priorités entre les buts de sensibilisation (facultatif)* peuvent être utilisés à cette fin.

- Enfin, remplissez les espaces vides avec les informations correspondantes des cases pour rédiger de manière concise quel est le but de sensibilisation déclaré.
- **Une fois terminé, demandez à chaque groupe de partager ses buts de sensibilisation.** Pour plus de clarté, posez des questions comme :
- Votre but concerne-t-il un changement de politique, la mise en œuvre d'une politique ou la mobilisation des ressources ?
 - Un décideur politique comprendrait-il quelle est la directive ou mesure précise qu'il doit prendre, eu égard à votre but ?
 - Comment saurez-vous si vous avez atteint votre but ?

ÉTAPE 6.

ALLER DE L'AVANT !

- **Sur la feuille du tableau intitulée « Les dix parties », cochez la partie 2.**
- **Félicitez les participants d'avoir défini leurs buts de sensibilisation et d'avoir terminé une longue journée.** Demain, le travail d'identification des cibles de sensibilisation débutera.

SÉANCE FACULTATIVE : CONSTITUTION D'UN DOSSIER DE PREUVES

Objectifs de la séance



Après cette séance, les participants seront en mesure :

- de constituer un dossier avec les principales preuves disponibles pour étayer le problème et le but de leurs efforts de sensibilisation.

20 minutes

Matériel

- Feuille d'exercices - Partie 2 : Constituer un dossier de preuves (facultatif)

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Introduire la séance

5 minutes

- Rappelez aux participants que les « données probantes » sont un élément essentiel de la sensibilisation politique. Pour cette raison, il est important de prendre le temps de réfléchir et de rassembler les preuves sur lesquelles s'appuie votre stratégie de sensibilisation — et qui démontrent que le problème existe et que la solution que vous proposez fonctionnera. Nous ne constituons pas « dossier » aujourd'hui, mais nous évoquerons les endroits où vous pouvez trouver ce genre d'informations et nous utiliserons une feuille d'exercices pour vous aider à rassembler les preuves.

➤ Énoncez les objectifs de la séance :

Après cette séance, vous serez capables :

- de constituer un dossier avec les principales preuves disponibles pour étayer le problème et le but de votre effort de sensibilisation.

ÉTAPE 2. Rassembler les preuves

10 minutes



Demandez aux participants de réfléchir aux moyens de trouver les preuves qui les aideront dans leurs efforts de sensibilisation. Notez leurs réponses sur le tableau à feuilles, lesquelles peuvent inclure :

- Examen des documents pertinents
- Entretiens avec des informateurs essentiels
- Données EDS
- Données de recensement
- Articles publiés, révisés par des pairs
- Directives de l'OMS
- Orientation normative
- Normes mondiales
- Informations SGIS
- Discussions avec des groupes de réflexion
- Essais cliniques aléatoires
- Enquêtes
- Veille communautaire
- Évaluation des établissements
- Fiches de comptes-rendus des citoyens
- Rapports de la situation sur le terrain

➤ **Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :**

- ★ Les preuves utilisées dans le cadre d'un effort de sensibilisation peuvent être classées entre preuves principales et secondaires et preuves quantitatives et qualitatives.
- ★ Les preuves principales, souvent appelées données initiales ou primaires, sont les informations que vous avez trouvées vous-même, dans le cadre de vos recherches spécifiques. Les preuves ou données secondaires, font référence au recueil, à la synthèse, au rassemblement ou l'analyse de données et d'information existantes.
- ★ Vous devez également juger si ces preuves sont de nature qualitative ou quantitative. Les preuves quantitatives peuvent provenir de sources comme : les données de recensement, les enquêtes EDS, ou les principaux chiffres des données d'enquête. Les preuves qualitatives peuvent provenir de sources comme : des groupes de discussion, des entretiens ou des ateliers de consultation.

➤ **Lancez une brève discussion sur l'importance de produire des preuves dans le cadre d'un effort de sensibilisation.** Posez des questions telles que :

- Quels types de preuves principales votre organisation a-t-elle rassemblées ?
- Comment avez-vous validé vos données primaires par rapport aux données secondaires ou l'inverse ?
- Comment peuvent-elles être utilisées aux fins de votre effort de sensibilisation ?

➤ **Résumez en incluant les POINTS CLÉS suivants :**

- ★ Dans le domaine de la sensibilisation, tout comme dans de nombreux autres domaines de santé publique, il est essentiel de valider les données en les comparant avec deux autres sources, ou plus. En multipliant les observateurs, théories, méthodes et données empiriques, les intervenants peuvent présenter aux décideurs un dossier plus solide et convaincant.
- ★ Dans le domaine de la sensibilisation, il est particulièrement important que les besoins identifiés au niveau communautaire soient validés par des données empiriques, et vice-versa. Les intervenants ont trop souvent tendance à favoriser l'un au détriment de l'autre et par conséquent, les changements qu'ils proposent peuvent être facilement discrédités par les décideurs. Par exemple, si le changement proposé par les intervenants s'appuie principalement sur des groupes de discussion et des enquêtes se limitant à recueillir les impressions de la communauté, la plupart du temps, on leur dira que les preuves qu'ils avancent sont insuffisantes. Mais si les intervenants s'appuient exclusivement sur des données empiriques, on leur répondra souvent qu'ils ne prennent pas en compte les réalités et perspectives locales. En revanche, si différentes sources et méthodes d'investigation arrivent à la même conclusion, vous partirez d'une base plus solide pour faire valoir votre point de vue.

ÉTAPE 3. Passer en revue la feuille d'exercices

5 minutes

➤ **Renvoyez les participants à la *Feuille d'exercices - Partie 2 : Constitution d'un dossier de preuves***

Feuille d'exercices - Partie 2 : Constituer un dossier de preuves (facultatif)			
A. Titre ou citation	B. Type de preuve	C. Principales conclusions en faveur de votre but de sensibilisation	D. Comment utiliser ces preuves dans le cadre de vos efforts de sensibilisation
<input type="checkbox"/> Qualitative <input type="checkbox"/> Quantitative <input type="checkbox"/> Principale <input type="checkbox"/> Secondaire			
<input type="checkbox"/> Qualitative <input type="checkbox"/> Quantitative <input type="checkbox"/> Principale <input type="checkbox"/> Secondaire			
<input type="checkbox"/> Qualitative <input type="checkbox"/> Quantitative <input type="checkbox"/> Principale <input type="checkbox"/> Secondaire			
<input type="checkbox"/> Qualitative <input type="checkbox"/> Quantitative <input type="checkbox"/> Principale <input type="checkbox"/> Secondaire			
<input type="checkbox"/> Qualitative <input type="checkbox"/> Quantitative <input type="checkbox"/> Principale <input type="checkbox"/> Secondaire			
<input type="checkbox"/> Qualitative <input type="checkbox"/> Quantitative <input type="checkbox"/> Principale <input type="checkbox"/> Secondaire			
<input type="checkbox"/> Qualitative <input type="checkbox"/> Quantitative <input type="checkbox"/> Principale <input type="checkbox"/> Secondaire			
<input type="checkbox"/> Qualitative <input type="checkbox"/> Quantitative <input type="checkbox"/> Principale <input type="checkbox"/> Secondaire			

21

(suite page suivante)

➤ **Donnez les instructions suivantes :**

- Vous pouvez utiliser le tableau de cette feuille d'exercices pour créer un dossier de preuves afin d'étayer le problème que vous souhaitez aborder et la solution proposée.
- Écrivez le titre ou la citation complète de vos sources de preuve dans la colonne A.
- Ensuite, classez les preuves en fonction de leur nature (qualitative ou quantitative; principale ou secondaire) dans la colonne B.
- Dans la colonne C, résumez les principales conclusions provenant de la source étayant votre but de sensibilisation. Dans la colonne D, inscrivez comment ces informations pourraient être utilisées dans le cadre de vos efforts de sensibilisation (p. ex., en les incluant dans des fiches de données ou en les communiquant lors de réunions avec des décideurs).
- Cette feuille d'exercices est un outil efficace pour noter et classer les preuves dont vous disposez, ainsi que pour repérer toute faille importante dans ce domaine. Nous ne remplirons pas cette feuille d'exercices aujourd'hui, car il vous faudra sans doute effectuer un gros travail de recherche. Nous vous encourageons à remplir cette feuille d'exercices une fois de retour

dans votre organisation, et à l'actualiser régulièrement durant le déroulement de votre projet afin d'organiser vos preuves.

ÉTAPE 4. **ALLER DE L'AVANT !**

- Demandez s'il y a des questions concernant la *Feuille d'exercices - Partie 2 : Constitution d'un dossier de preuves*.
- Félicitez les participants d'avoir commencé à réfléchir à leur dossier de preuves et d'avoir terminé une longue journée.

BILAN DE LA JOURNÉE ET CLÔTURE

Objectifs de la séance

Après cette séance, les participants seront en mesure :

- de résumer les thèmes et réalisation de la journée
- de faire des commentaires sur le déroulement de l'atelier jusqu'à présent.



17 h 15–17 h 30

15 minutes

Matériel

- Fiches

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Résumer la journée

5 minutes

- Félicitez et remerciez les participants de leur enthousiasme et de leur travail.
- Passez rapidement en revue les principaux thèmes et réalisations de groupe de la journée.
- Demandez aux participants s'ils ont des questions ou commentaires sur la journée.

ÉTAPE 2. ACTIVITÉ : COMMENTAIRES

10 minutes

- Distribuez des fiches aux participants pour leurs commentaires sur la journée. Demandez-leur d'inscrire un signe « + » d'un côté et de noter une chose qu'ils ont apprise/aimée aujourd'hui. De l'autre côté, demandez-leur d'inscrire au verso un signe « — - » et de noter une chose qu'ils aimeraient changer.
- Occupez-vous des questions d'organisation et de logistique et clôturez la journée.

À LA FIN DE LA JOURNÉE :

1. Lisez les commentaires des participants. Préparez un résumé pour le lendemain matin.
2. Passez en revue le déroulement de la journée et le programme du lendemain. Au besoin, modifiez le contenu et la durée, en fonction des commentaires des participants.
3. Rangez les tableaux à feuilles qui ne sont plus nécessaires et préparez ceux pour le lendemain.

JOUR 2 : INSTRUCTIONS D'ANIMATION

Parties 3 à 7

Déroulement de la journée

Séance d'ouverture	9 h–9 h 15
Partie 3 : Décideurs et influenceurs	9 h 15–10 h 30
Pause	10 h 30–10 h 45
Partie 4 : Principaux intérêts des décideurs	10 h 45–12 h
Partie 5 : Opposition et obstacles à la sensibilisation	12 h –13 h 15
Déjeuner	13 h 15–14 h 15
Partie 6 : Atouts et lacunes de la sensibilisation	14 h 15–15 h 15
Pause	15 h 15–15 h 30
Partie 7 : Partenaires de la sensibilisation	15 h 30–17 h 15
Bilan de la journée et clôture	17 h 15–17 h 30

Matériel de la journée

- Ordinateur portable, projecteur ACL
- Écran, cordons d'alimentation
- Diapositives de la présentation PowerPoint
- Tableaux à feuilles, chevalets, ruban adhésif
- Marqueurs de couleur
- Fiches
- Badges/porte-nom
- Registre de présence
- Programme
- Post-it/notes auto-adhésives
- Affichettes « S'organiser »
- Étude de cas
- Fiches de discussion avec les partenaires
- Fiches Qualités d'un partenariat efficace, trois jeux
- Fiches Types de collaboration
- Feuille d'exercices - Partie 3 : Identifier les décideurs
- Feuille d'exercices - Partie 3 : Identifier les influenceurs
- Feuille d'exercices - Partie 4 : Identifier les principaux intérêts des décideurs Intérêts
- Feuille d'exercices - Partie 5 : Faire face à l'opposition
- Feuille d'exercices - Partie 5 : Surmonter les obstacles
- Feuille d'exercices - Partie 6 : Faire l'inventaire des atouts et des lacunes
- Feuille d'exercices - Partie 7 : Sélectionner vos partenaires de sensibilisation

SÉANCE D'OUVERTURE



Objectifs de la séance

Après cette séance, les participants seront en mesure :

- de se rappeler des points clés de la veille
- de décrire en grandes lignes les objectifs de la journée.

9 h–9 h 15

15 minutes

Matériel

- Papier pour tableaux à feuilles, chevalets, marqueurs, ruban adhésif
- Registre de présence
- Programme
- Post-it/notes auto-adhésives

PRÉPARATION

- ✓ Préparez le registre de présence que les participants signeront à leur arrivée.
- ✓ Disposez les deux tableaux à feuilles vierges au devant de la salle.

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Bienvenue et commentaires sur la première journée

5 minutes



Accueillez les participants.

- Résumez brièvement les commentaires des participants de la veille et expliquez les changements prévus pour la journée.

ÉTAPE 2.

ACTIVITÉ : GRANDS TITRES

5 minutes

- Distribuez un post-it/une note auto-adhésive à chaque participant.
- Demandez aux participants de se rappeler les discussions et activités de la veille.
- Demandez-leur de penser à un « grand titre » évoqué hier et représentant quelque chose d'important qu'ils ont appris, et de le noter sur leur post-it/note auto-adhésive. Après quoi, dites-leur de le coller sur les feuilles vierges à l'avant de la salle.
- Lorsque tout le monde a terminé, lisez chaque grand titre, notez les points communs et discutez-en brièvement.

ÉTAPE 3. Passage en revue l'ordre du jour

5 minutes

- Demandez aux participants de se reporter à leur ordre du jour.
- Passez en revue les principaux thèmes et activités prévus pour la journée. Soulignez le fait que l'ordre du jour s'appuie sur les thèmes et résultats de la veille.
- Ouvrez la séance aux questions.

PARTIE 3 : DÉCIDEURS ET INFLUENCEURS

3

Objectifs de la séance



9 h 15–10 h 30

Une heure,
15 minutes

Après cette séance, les participants seront en mesure :

- d'identifier les principaux décideurs et les influenceurs
- de cibler les buts de sensibilisation vers les décideurs pertinents.

Matériel

- Papier pour tableaux à feuilles, chevalets, marqueurs, ruban adhésif
- Diapositives PowerPoint
- Feuille d'exercices - Partie 3 : Identifier les décideurs
- Feuille d'exercices - Partie 3 : Identifier les influenceurs

PRÉPARATION

- ✓ Chargez les diapositives.

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Introduire la séance

5 minutes

➤ Rappelez aux participants que la séance de la veille portait sur l'identification des institutions décisionnaires dans le cadre des buts de sensibilisation (la case « qui »). Nous allons maintenant identifier les décideurs spécifiques au sein de ces institutions. Ces décideurs sont importants dans la mesure où ils ont l'autorité de vous donner ce que vous voulez — ce sont eux qui peuvent approuver ou rejeter votre proposition. Ils deviendront les cibles spécifiques de vos efforts de sensibilisation.

➤ Énoncez les objectifs de la séance :

Après cette séance, vous serez capables :

- d'identifier les principaux décideurs et les influenceurs
- de cibler votre but de sensibilisation vers les décideurs pertinents.



Lisez la définition des décideurs sur la diapositive :

Décideurs : Personne ayant le pouvoir ou l'autorité officielle d'effectuer le changement de politique souhaité, ainsi que leurs principaux conseillers/membres de leur équipe.



Demandez aux participants de donner des exemples des différents types de décideurs qu'ils côtoient dans le cadre de leur propre travail de sensibilisation à la santé et de leurs programmes d'intervention. Rappelez aux participants que les décideurs peuvent agir à plusieurs niveaux, et notamment établir des relations avec des établissements, des organisations ou le secteur privé, selon la cible de votre stratégie de sensibilisation. Notez leurs réponses sur le tableau à feuilles (une liste générale, pas de noms spécifiques) et donnez des exemples pour les inciter à réfléchir, comme :

- dirigeants responsables, comme les présidents et vice-présidents
- ministres des Finances, de la Santé, de l'Éducation et de la Parité et de la condition féminine,
- députés,
- chefs de service
- gouverneurs provinciaux/de comté
- membres de l'Assemblée provinciale/du comté
- directeurs administratifs
- membres du conseil local
- membres des équipes du district de gestion de la santé

➤ **Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :**

- ★ Si un comité ou un groupe de travail prend la décision finale, il est important de savoir qui exactement a ont le plus d'influence au sein du groupe, qui déterminent l'ordre du jour pour le groupe ou qui anime les discussions.
- ★ Le plus souvent, mais pas toujours, la prise de décision obéit à une chaîne de commandement. Bien qu'une seule personne puisse avoir la responsabilité de prendre la décision finale, il y a souvent d'autres décideurs qui doivent être persuadés au cours du processus. Par exemple, pour attendre le ministre de la Santé, vous devrez sans doute commencer par le chef du service responsable de la question qui vous occupe, et gravir ainsi les échelons.



Demandez à une équipe de partager son exemple de but de sensibilisation de la veille.

Demandez à l'ensemble du groupe de réfléchir à une liste de décideurs clés (si possible, avec le nom des personnes) ayant l'autorité de prendre les décisions concernant cette mesure politique. Notez leurs réponses sur le tableau à feuilles.

➤ **Demandez ensuite à l'ensemble du groupe de réfléchir aux moyens de contacter ces personnes pour les sensibiliser. Posez des questions telles que :**

- Pouvez-vous obtenir un entretien avec ces personnes par vos propres moyens ?
- Y a-t-il d'autres lieux de débat ou de rencontre, autres qu'une réunion, où vous pourriez informer ou influencer le décideur ?
- Si vous ne pouvez le contacter directement, qui peut vous mettre en contact avec le décideur concerné ?

➤ **Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :**

- ★ Plus vos moyens d'influences ou relations avec les décideurs clés seront directs, plus vous aurez de chances de les persuader.
- ★ Ne vous limitez pas exclusivement à vos propres relations. Tenez compte des relations pouvant exister entre les décideurs et le personnel de votre organisation, les membres de votre conseil d'administration, vos contacts médiatiques, vos collègues ou des partenaires importants du programme.
- ★ Plus vous repérerez les décideurs avec précision (p. ex. en indiquant leur fonction et leur nom, plutôt que vous limiter à identifier des députés), plus votre stratégie de sensibilisation sera ciblée et réfléchie.

ÉTAPE 3. Définir et identifier les principaux influenceurs

10 minutes

➤ **Insistez sur le POINT CLÉ suivant :**

- ★ Même si vous avez directement accès aux décideurs, que ce soit par vous-même ou par le biais de relations proches, il peut s'avérer utile d'entrer en contact avec les personnes qu'ils écoutent le plus, c'est-à-dire les personnes ou groupes ayant un accès privilégié ou exerçant une influence particulière auprès des décideurs.



Lisez la définition des influenceurs sur la diapositive :

Principaux influenceurs : Personnes ou groupes pouvant avoir un impact significatif sur les actions, les opinions ou le comportement des décideurs.

- **Accordez une minute aux participants pour réfléchir aux différents types de personnes ou de groupes pouvant exercer une puissante influence sur les décideurs** (une liste générale, pas de noms spécifiques). Cet exercice peut se faire sur une feuille de papier ou sur le tableau à feuilles.
- **Demandez à chaque groupe de lire sa liste à haute voix.** Des exemples d'influenceurs clés peuvent inclure :

- Dirigeants d'entreprise connus
- Associations professionnelles
- Groupes d'action communautaire
- Journalistes spécialisés
- Groupes confessionnels
- Dirigeants locaux
- Autres ONG
- Associations d'entreprise
- Célébrités
- Bloc d'électeurs
- Institutions de recherche
- Universitaires
- Coalitions
- Personnel technique d'un ministère

➤ **Insistez sur le POINT CLÉ suivant :**

- ★ Soyez toujours le plus spécifique possible. Mentionner « le public » ou « les médias » est trop général. Il est préférable d'identifier un journaliste ou une source d'informations

particuliers (se spécialisant par exemple dans la politique), ou un groupe d'action communautaire auquel le décideur accorde une attention particulière.



Choisissez l'un des décideurs évoqués plus tôt par le groupe. Demandez au reste du groupe d'aider à dresser une liste de personnes pouvant influencer le décideur. Notez leurs réponses sur le tableau à feuilles.

ÉTAPE 4.



ACTIVITÉ : TRAVAIL EN PETITS GROUPES

45 minutes

- **Demandez aux participants de retourner leur *Feuille d'exercices - Partie 3 : Identifiez les décideurs et feuilles d'exercices - Partie 3 : Identifiez les influenceurs*.**

Feuille d'exercices - Partie 3 : Identifier les décideurs	
A. Catégories de décideurs	B. Décideurs spécifiques
	1. _____
	2. _____
	3. _____
	1. _____
	2. _____
	3. _____
	1. _____
	2. _____
	3. _____

- **Renvoyez les participants à la *Feuille d'exercices - Parties 3 : Identifier les décideurs*.**

- **Donnez les instructions suivantes :**

- En commençant par la colonne A, énumérez les différentes catégories de décideurs qui sont pertinentes dans le cadre de votre stratégie de sensibilisation (p. ex. députés, membres de l'équipe régionale de gestion de la santé). Selon votre centre d'intérêt, vous pourrez avoir plusieurs ou une seule catégorie.

- Ensuite, dans la colonne B, écrivez les noms ou fonctions spécifiques des décideurs individuels les plus pertinents dans cette catégorie.

➤ **Puis demandez immédiatement aux participants de se reporter à la *Feuille d'exercices - Partie 3 : Identifier les influenceurs*.**

Feuille d'exercices - Partie 3 : Identifier les influenceurs		
Sélectionnez les trois décideurs cités sur la feuille d'exercices précédente et inscrivez-les dans la colonne grisée. Puis, dans la colonne A, identifiez les catégories potentielles d'influenceurs auprès de chaque décideur individuel. Puis, dans la colonne B, indiquez de façon spécifique jusqu'à trois personnes exerçant une grande influence, dans chaque catégorie.		
Décideurs (de la feuille d'exercices précédente)	A. Catégories d'influenceurs	B. Influenceurs spécifiques
1.	1.	1.
	2.	2.
	3.	3.
2.	1.	1.
	2.	2.
	3.	3.
3.	1.	1.
	2.	2.
	3.	3.

➤ **Donnez les instructions suivantes :**

- Sélectionnez les trois décideurs cités sur la feuille d'exercices précédente et inscrivez-les dans la colonne grisée.
- Puis, dans la colonne A, identifiez les catégories potentielles d'influenceurs pour chaque décideur individuel.
- Puis, dans la colonne B, indiquez de façon spécifique jusqu'à trois personnes exerçant une grande influence, dans chaque catégorie.

➤ **Après 20 minutes, demandez aux groupes de communiquer brièvement leur liste de décideurs et d'influenceurs inscrits sur leurs feuilles d'exercices.** Engagez la discussion en posant des questions comme :

- Comment ces personnes/groupes peuvent-ils influencer le décideur ?

ÉTAPE 6.

ALLER DE L'AVANT !

- Félicitez les participants d'avoir terminé la troisième partie.
- Sur la feuille du tableau intitulée « Les dix parties », cochez la troisième partie.
- Expliquez que la prochaine étape permettra de mieux comprendre vos décideurs clés et leur position par rapport à l'objet et au but de votre effort de sensibilisation politique. Nous commencerons cela après la pause.



PAUSE 10 h 30–10 h 45 (15 minutes)

PARTIE 4 : PRINCIPAUX INTÉRÊTS DES DÉCIDEURS

4

Objectifs de la séance

Après cette séance, les participants seront en mesure :

- d'évaluer le niveau de conscience et la position des décideurs clés sur leur problème et le but de leur effort de sensibilisation
- d'identifier les principaux intérêts des décideurs pour les persuader de l'importance du problème et obtenir leur appui.



10 h 45–12 h

Une heure,
15 minutes

Matériel

- Papier pour tableaux à feuilles, chevalets, marqueurs, ruban adhésif
- Diapositives PowerPoint
- Affichettes « S'organiser »
- Feuille d'exercices - Partie 4 : Identifier les principaux intérêts des décideurs

PRÉPARATION

- ✓ Collez au mur sur une ligne les quatre affichettes « S'organiser » sur la position des décideurs, comme suit :

Opposé Non engagé Peu favorable Très favorable

- ✓ Placez les quatre affichettes « S'organiser » sur le niveau de conscience des décideurs par terre, sous les signes collés sur le mur, comme suit :

Non conscient Conscient, mais mal informé Conscient, mais non informé Conscient, et bien informé

- ✓ Chargez les diapositives.

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Introduire la séance

5 minutes

- Expliquez qu'il est nécessaire de savoir ce que les décideurs connaissent du problème (leur niveau de conscience) et quel est leur sentiment à cet égard (leur position) afin de déterminer la meilleure façon de les persuader.

- Énoncez les objectifs de la séance :

Après cette séance, vous serez capables :

- d'évaluer le niveau de conscience et la position des décideurs
- d'identifier les principaux intérêts des décideurs pour les persuader de l'importance du problème et du bien-fondé de votre démarche.

ÉTAPE 2. Niveau de conscience et position des décideurs

20 minutes



Passez en revue la diapositive sur le niveau de conscience à l'égard d'un problème. Décrivez les différents niveaux ci-dessous :

- Non conscient : ne connaît pas le problème.
- Conscient du problème, mais mal informé : a entendu parler du problème, mais possède des informations obsolètes ou inexactes.
- Conscient du problème, mais globalement non informé : a entendu parler du problème, mais n'a pas beaucoup d'informations.
- Bien informé du problème : a conscience du problème et est correctement informé.

- Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :

- ★ Vous devez envisager le problème du point de vue de chacun des décideurs. Les stratégies de sensibilisation les plus efficaces sont conçues pour correspondre aux préoccupations des décideurs et les orienter vers votre point de vue.
- ★ La cible de vos efforts dépendra du niveau de conscience des décideurs à l'égard du problème. Pour les décideurs qui n'ont pas conscience du problème ou qui manquent d'informations, vous devrez commencer par leur communiquer les informations nécessaires. Tout le monde a besoin d'avoir une connaissance élémentaire du problème avant même d'envisager d'agir. Pour ceux qui ont conscience et sont informés du problème, votre rôle sera de les motiver à agir. Bien souvent, votre tâche consistera à illustrer la raison pour laquelle le décideur doit se préoccuper du problème.



Passez en revue la diapositive sur la position par rapport à votre but. Décrivez les différentes positions ci-dessous :

- Opposé : s'oppose fermement à votre point de vue. Vous avez peu de chances de le faire changer d'avis.
- Non-engagé : n'a pas encore d'opinion ou n'a pas de position bien définie.
- Peu favorable : ne s'opposera pas à votre but, mais n'est pas susceptible de le promouvoir de façon active et visible. D'une manière générale, il appuie votre effort.
- Très favorable : travaille activement ou s'exprime en faveur de votre but, et se pose ouvertement en champion du changement. Vous n'avez pas besoin de passer du temps à persuader ces personnes.

➤ **Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :**

- ★ Au moment de déterminer la position du décideur, raisonnez en fonction du but spécifique que vous recherchez plutôt qu'en termes généraux. Par exemple, le décideur peut être prêt à prendre fait et cause pour votre problème d'une manière générale, mais cela ne veut pas dire qu'il ou elle ait une opinion définie sur le but spécifique que vous poursuivez.
- ★ Concentrez-vous sur les personnes que vous pouvez persuader — celles qui ne sont pas engagées ou qui vous soutiennent peu. Cela peut paraître évident, mais les intervenants passent souvent trop de temps à contrer l'opposition ou à persuader leurs partisans qui sont déjà entièrement convaincus. Il convient au contraire de cibler ceux qui sont indécis, mais susceptibles d'apporter leur soutien au problème ou d'en devenir les champions, moyennant un petit effort de persuasion. Il y a davantage de possibilités de progrès quand on négocie avec les modérés plutôt qu'avec les extrêmes.
- ★ Prenez le temps de comprendre pourquoi quelqu'un s'oppose à l'objet ou au but de votre effort de sensibilisation ; si cette personne offre une opposition ou une résistance, parce qu'elle est mal informée, vous devriez sans doute la classer dans la catégorie « non engagé », car il existe une possibilité que vous parveniez à la convaincre en fournissant des informations correctes. Cependant, si elle s'oppose avec véhémence à la question, il est probable que vous ne parviendrez pas à la persuader.
- ★ Vous devrez peut-être faire davantage de recherches pour comprendre la position réelle d'un décideur. Souvent, vous pourrez trouver ces informations dans les archives électorales publiques (si elles sont disponibles dans votre pays), dans les articles de journaux ou autres documents de presse, et par le biais de réunions et de discussions avec des collègues ou le personnel du décideur.

➤ **Expliquez qu'après avoir analysé le niveau de prise de conscience et la position de votre décideur ciblé, la prochaine étape consiste à trouver ce qui pourrait l'inciter à abonder dans votre sens.**

➤ **Insistez sur le POINT CLÉ suivant :**

- ★ En tant qu'intervenant, puisez dans les principaux intérêts actuels du décideur pour établir un lien avec vos propres idées. Ils se sentiront ainsi personnellement plus concernés par votre problème.



Demandez aux participants de réfléchir à des intérêts ou thèmes dont les décideurs se soucient et qui sont susceptibles d'influencer sur leur réaction ou leur opinion vis-à-vis du problème. Notez les réponses sur le tableau de feuilles et veillez à ce que les points suivants soient mentionnés :

- les preuves et données les plus récentes
- les normes culturelles et sociales
- l'expérience ou les antécédents personnels
- les relations ou réseaux
- le développement professionnel
- le positionnement politique
- les horaires
- les convictions religieuses
- les considérations financières
- le point de vue des électeurs
- la couverture médiatique
- les prochaines élections
- les normes internationales
- les autres problèmes de santé et de développement

➤ **Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :**

- ★ Les gens attachent plus d'importance à un problème répondant à leurs principaux intérêts. Lorsque vous comprenez quels sont les intérêts du décideur, vous pouvez élaborer des tactiques et messages de sensibilisation plus persuasifs et convaincants. Il s'agit de leurs principaux intérêts, pas des vôtres. Ne supposez pas que les gens se soucieront d'un problème pour les mêmes raisons que vous. Leur volonté d'agir peut être motivée par des motifs très différents.
- ★ Si votre décideur a plusieurs intérêts, choisissez celui qui vous paraît le plus motivant ou convaincant et qui pourrait avoir un véritable rapport avec votre problème et le but de votre effort de sensibilisation. Si cela vous semble improbable, reconsidérez votre choix.



Demandez à un participant de communiquer quel est le décideur le plus important eu égard à l'objet et au but de son effort de sensibilisation, et quels sont son niveau de conscience et sa position. Notez leurs réponses sur le tableau à feuilles.



Demandez à tout le groupe de réfléchir à une liste des principaux intérêts de ce décideur. Notez leurs réponses sur le tableau à feuilles.

Posez des questions incitatives, comme :

- Pour quelles raisons le décideur pourrait-il ne pas vouloir s'engager en faveur de votre problème ?

Conseil pour l'animateur !

Si un participant estime que le décideur concerné est farouchement opposé à votre cause, suggérez-lui que ce n'est peut-être pas le bon moment de la plaider auprès de cette personne. Suggérez d'identifier un autre décideur ou de choisir une mesure politique qui n'impliquera pas de ce décideur en particulier.

➤ **Si le temps le permet, recommencez avec un autre participant.**

(suite page suivante)



ÉTAPE 3. ACTIVITÉ : TRAVAIL EN PETITS GROUPES

20 minutes

- Demandez aux participants de se reporter à la *Feuille d'exercices - Partie 4 : Identifier les principaux intérêts des décideurs*.

Feuille d'exercices - Partie 4 : Identifier les principaux intérêts des décideurs			
Décideurs clés (de la partie 3)	A. Conscience du problème	B. Position à l'égard du problème	C. Principaux intérêts du décideur
	<input type="checkbox"/> Non conscient <input type="checkbox"/> Conscient, mais non informé <input type="checkbox"/> Conscient, mais mal informé <input type="checkbox"/> Conscient et bien informé	<input type="checkbox"/> Très favorable <input type="checkbox"/> Peu favorable <input type="checkbox"/> Non engagé <input type="checkbox"/> Fermement opposé	1. 2.
<input type="checkbox"/> Non conscient <input type="checkbox"/> Conscient, mais non informé <input type="checkbox"/> Conscient, mais mal informé <input type="checkbox"/> Conscient et bien informé	<input type="checkbox"/> Très favorable <input type="checkbox"/> Peu favorable <input type="checkbox"/> Non engagé <input type="checkbox"/> Fermement opposé	1. 2.	
<input type="checkbox"/> Non conscient <input type="checkbox"/> Conscient, mais non informé <input type="checkbox"/> Conscient, mais mal informé <input type="checkbox"/> Conscient et bien informé	<input type="checkbox"/> Très favorable <input type="checkbox"/> Peu favorable <input type="checkbox"/> Non engagé <input type="checkbox"/> Fermement opposé	1. 2.	
<input type="checkbox"/> Non conscient <input type="checkbox"/> Conscient, mais non informé <input type="checkbox"/> Conscient, mais mal informé <input type="checkbox"/> Conscient et bien informé	<input type="checkbox"/> Très favorable <input type="checkbox"/> Peu favorable <input type="checkbox"/> Non engagé <input type="checkbox"/> Fermement opposé	1.	

- Donnez les instructions suivantes :

- Dans la colonne grisée, notez les principaux décideurs de la troisième partie.
- Évaluez le niveau de prise de conscience et la position de chaque décideur concernant votre problème à l'aide des listes de vérifications dans les colonnes A et B.
- Identifiez ensuite deux principaux intérêts de ce décideur et notez-les dans la colonne C. Il s'agit des éléments dont le décideur se soucie, qui peuvent être utilisés pour le persuader d'aborder dans votre sens.
- Prenez 20 minutes pour remplir cette feuille d'exercices.

- Rassembler tout le monde autour des affichettes « S'organiser » que vous venez de coller sur le mur et de poser par terre. Demandez à un membre de chaque petit groupe de représenter l'un des décideurs de leur feuille d'exercices. Expliquez qu'ils vont maintenant devoir jouer le rôle de ce décideur et exposer leurs connaissances et leur position sur le problème pertinent et le but recherché.
- Le « décideur » se tiendra près de l'affichette qui correspond le mieux à son niveau de prise de conscience du problème. Demandez au « décideur » de se présenter et d'exposer *brièvement* quel est son niveau de conscience vis-à-vis du problème.
- Puis demandez au « décideur » de se tenir à présent à proximité de l'affichette collée au mur qui représente le mieux sa position par rapport au but recherché. Demandez au « décideur » d'exposer *brièvement* le raisonnement derrière sa position et de communiquer au groupe quels sont ses principaux intérêts.
- Adressez-vous aux autres participants et demandez-leur de réfléchir à ce qu'ils pourraient dire pour informer le décideur ou le persuader de changer de position, en tenant compte de ses principaux intérêts. Demandez aux participants de pratiquer, en adressant leurs demandes au « décideur ».
- Dites au décideur de se déplacer vers une autre affichette s'il est persuadé. Si le décideur tient une affichette indiquant un faible niveau de conscience, demandez-lui de la poser si les participants parviennent à « l'informer ».
- Si le temps le permet, répétez l'exercice avec d'autres « décideurs ».
- Pour faire le point, encouragez une brève discussion en posant aux participants et aux « décideurs » les questions suivantes :
 - Quelles sont les informations supplémentaires dont vous auriez besoin pour mieux évaluer le niveau de conscience et la position du décideur ? Où pouvez-vous obtenir ces informations ?
 - Comment modifiez-vous vos tactiques et arguments en fonction des principaux intérêts ou du niveau de conscience du décideur ?
 - Comment pouvez-vous utiliser ses principaux intérêts pour lui montrer les avantages de passer à l'action ?
- Si le temps le permet, répétez l'exercice pour d'autres décideurs.

(suite page suivante)

ÉTAPE 5.

ALLER DE L'AVANT !

- Félicitez les participants d'avoir terminé la quatrième partie.
- Sur le tableau à feuilles intitulé « Les dix parties », cochez la partie 4.
- Expliquez qu'un bon intervenant doit identifier les obstacles qu'il risque de rencontrer en poussant le décideur à agir. Nous allons ensuite la cinquième partie de la stratégie de sensibilisation : anticiper et gérer l'opposition et les obstacles potentiels à nos efforts de sensibilisation politique.

PARTIE 5 : OPPOSITION ET OBSTACLES À LA SENSIBILISATION

5

Objectif de la séance

Après cette séance, les participants seront en mesure :

- d'identifier les mécanismes pour faire face à la résistance, l'opposition et les obstacles à leur but de sensibilisation politique.



12 h–13 h 15

Une heure,
15 minutes

Matériel

- Papier pour tableaux à feuilles, chevalets, marqueurs, ruban adhésif
- Diapositives PowerPoint
- Feuille d'exercices - Partie 5 : Faire face à l'opposition
- Feuille d'exercices - Partie 5 : Surmonter les obstacles

PRÉPARATION

- ✓ Dessinez un graphique à cinq colonnes sur deux feuilles jointes du tableau et couvrez-le jusqu'à ce que vous en ayez besoin.

Opposants	Motif de l'opposition	Niveau d'influence	Arguments et tactiques	Tactiques d'atténuation

- ✓ Accrochez des jeux de trois feuilles les unes à côté des autres dans trois endroits différents de la salle (neuf feuilles au total). En haut de chaque feuille, inscrivez les obstacles de l'un des trois parcours d'obstacles suivants (chacun des trois parcours doit être unique). Repliez le bas de la feuille de façon à cacher ce qui est écrit jusqu'à ce que l'activité commence.

Parcours d'obstacles 1

Les prochaines élections vont ralentir le travail et entraîner des changements parmi les décideurs ciblés.

L'État résiste à la sensibilisation ou n'inclut pas la société civile dans la prise de décision.

Manque de financement pour mener des initiatives de sensibilisation.

Parcours d'obstacles

Le temps que le personnel peut accorder à la sensibilisation est limité.

Manque de données probantes en faveur de la solution politique dans le pays.

La solution politique est controversée.

Parcours d'obstacles 3

Il n'est pas prévu de modifier la politique pertinente avant plusieurs années.

Manque de coordination entre les ministères ou services concernés.

tuation économique de pauvreté.

- ✓ Chargez les diapositives.

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Introduire la séance

5 minutes

- Expliquez qu'il est tout aussi important de comprendre les acteurs ou organisations pouvant résister ou s'opposer au changement de politique que vous souhaitez, que de comprendre les décideurs. Cette analyse vous aidera à concevoir des initiatives permettant de réduire l'influence qu'ils peuvent avoir sur les décideurs clés.
- Expliquez l'objectif de la séance :

Après cette séance, vous serez capables :

- d'identifier les mécanismes pour faire face à la résistance, l'opposition et les obstacles s'interposant avec votre but de sensibilisation politique.

ÉTAPE 2. Analyser l'opposition

15 minutes

- Demandez aux participants pourquoi une personne s'opposerait ou résisterait à leurs efforts de sensibilisation.
- Expliquez que les opposants à la sensibilisation sont les personnes ou les organisations qui entraveront vos efforts pour atteindre votre but politique. Les opposants peuvent être des personnes ou des organisations qui s'opposent fermement à votre position ou qui ont des priorités ou des programmes rivaux. Il peut également s'agir de personnes ou d'organisations qui s'opposent simplement en raison d'un manque d'informations, d'un désir de maintenir le statu quo, ou qui ont des préoccupations relatives au financement, au temps ou aux capacités. Parfois, il n'y a pas d'opposition à proprement parler, mais plutôt des personnes ou des organisations qui s'opposent tout simplement à votre idée ou à la question pour diverses raisons. Bien que tous les efforts de sensibilisation ne rencontrent pas systématiquement des opposants, ils se heurtent souvent à une opposition.



Passez en revue la diapositive sur l'analyse de l'opposition et insistez sur les POINTS CLÉS suivants :

- ★ **Apprenez à connaître l'opposition et ses motifs.** Vous devez chercher à comprendre qui sont vos opposants et, ce qui est encore plus important, comprendre pourquoi ils sont contre la question ou votre proposition de solution politique.
- ★ **Identifiez ses tactiques et arguments.** Familiarisez-vous avec ses principaux arguments et l'approche utilisée pour les faire valoir. Vous pouvez ensuite rassembler et présenter des preuves réfutant ces arguments et affirmations.
- ★ **Évaluez les risques et avantages d'une confrontation.** La confrontation directe avec vos opposants est souvent stérile. Vous obtiendrez de meilleurs résultats auprès de ceux qui peuvent être convaincus plus facilement qu'avec ceux qui sont fermement ancrés dans leur opposition.
- ★ **Atténuez leur influence.** Lorsque vous anticipez et évaluez l'opposition, vous pouvez imaginer des initiatives de sensibilisation afin de minimiser ou contrer son influence auprès des décideurs clés.
- ★ **Choisissez les bons partenaires.** Il est parfois utile de s'associer à des organisations ou personnes du même secteur que vos opposants et en qui les décideurs ont toute confiance. Leur présence peut aider à affaiblir la crédibilité de vos opposants.



Demandez à un participant de partager un de ses buts de sensibilisation avec le groupe. Encouragez le reste du groupe à réfléchir à une courte liste d'opposants potentiels à ce but, notez les raisons pour lesquelles ils s'y opposent, leur niveau d'influence sur les décideurs clés, et quelques uns de leurs arguments ou tactiques. Pour finir, notez toutes les idées de tactiques potentielles permettant d'atténuer leur influence. Notez leurs réponses sur le tableau à feuilles préparé.

Opposants	Motif de l'opposition	Niveau d'influence	Arguments et tactiques	Tactiques d'atténuation

➤ **Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :**

- ★ Si votre opposant n'a aucune influence, ne vous en préoccuez pas.
- ★ En général, il est préférable de ne pas impliquer les opposants qui sont fermement contre votre position. Il est utile connaître leurs arguments afin de pouvoir réfuter leurs propos lors de vos échanges avec les décideurs, mais il vaut mieux éviter la confrontation directe.

- Expliquez qu'il n'a pas que des personnes ou organisations qui peuvent s'opposer à votre but de sensibilisation. Les difficultés et obstacles peuvent se présenter sous plusieurs formes.
- Demandez à l'ensemble du groupe de donner des idées d'obstacles courants pouvant interférer avec leurs buts de sensibilisation. Aidez-les avec les idées suivantes si nécessaire :
- Insuffisance de fonds pour mener des initiatives de sensibilisation.
 - Manque de temps ou de capacités du personnel.
 - Manque de coordination entre les ministères ou services clés.
 - Climat économique.
 - Approche d'élections pouvant ralentir le travail ou entraîner des changements parmi les décideurs clés.
 - Aucune révision de la politique concernée prévue avant plusieurs années.
 - Postes de certains décideurs clés sont vacants.
 - Manque de preuves spécifiques au pays.
 - Manque de soutien à long terme pour appuyer le changement que vous voulez mettre en œuvre.
- Répartissez les participants en trois équipes et demandez à chacune de se tenir devant un ensemble de tableaux à feuilles près du mur.
- Expliquez que ces tableaux à feuilles représentent maintenant le « parcours d'obstacles » de l'équipe. En commençant par l'obstacle n° 1 à gauche, demandez aux équipes de réfléchir à trois façons différentes de surmonter cet obstacle, de les noter sur le tableau à feuilles, et de réfléchir rapidement à trois idées pour chacun des deux obstacles restants. Les équipes doivent surmonter un obstacle avant de passer au suivant.
- Encouragez les équipes à être créatives et stratégiques, mais leurs propositions doivent également être réalistes.
- Une fois que toutes les équipes ont terminé, demandez à chacune de partager une idée pour surmonter chacun de ses trois obstacles. Pour faire le point, lancez une discussion en posant des questions comme :
- Y a-t-il un obstacle qui est plus difficile à surmonter qu'un autre ?
 - Êtes-vous sûr de pouvoir surmonter les obstacles avec vos idées ? Y a-t-il des obstacles trop importants à surmonter ?
 - Les autres ont-ils des idées différentes pour surmonter les obstacles d'une autre équipe ?
 - Après avoir entendu les suggestions des autres participants, changeriez-vous vos stratégies pour affronter ces obstacles ?

Conseil pour l'animateur !

Cette activité peut être utilisée comme une compétition pour motiver le groupe, au besoin. Pour ce faire, lorsque débute le parcours d'obstacles, dites au groupe que la première équipe qui finira devra courir au devant de la salle pour faire sonner une cloche (ou pour crier « Fini ! »). Rappelez aux participants que pour gagner, ils ne doivent pas seulement finir en premier, mais aussi apporter des solutions réalistes pour surmonter les obstacles. Une approche compétitive ne fonctionnera pas forcément pour tous les groupes.

ÉTAPE 4.  **ACTIVITÉ : TRAVAIL EN PETITS GROUPES** *30 minutes*

- Renvoyez les participants à la *Feuille d'exercices - Partie 5 : S'adresser à l'opposition*.

Feuille d'exercices - Partie 5 : Faire face à l'opposition				
<p>Dans la colonne A, indiquez entre deux et quatre opposants potentiels à votre but de sensibilisation, qu'il s'agisse de personnes ou de groupes. Dans la colonne B, identifiez leurs raisons possibles de s'opposer à vous. Dans la colonne C, classez le niveau d'influence sur les décideurs clés. Dans la colonne D, notez tout argument ou tactique utilisés par l'opposition pour promouvoir son point de vue. Enfin, dans la colonne E, énumérez les façons d'atténuer leur influence. Des recherches supplémentaires pourraient être nécessaires pour remplir cette feuille d'exercices.</p>				
A. Opposants	B. Motif de l'opposition	C. Niveau d'influence sur les décideurs	D. Arguments et tactiques d'opposition connus	E. Moyen d'atténuer leur influence
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible, nul	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible, nul	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible, nul	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible, nul	<input type="text"/>	<input type="text"/>

- Donnez les instructions suivantes :

- Dans la colonne A, indiquez entre deux et quatre opposants potentiels à votre but de sensibilisation, qu'il s'agisse de personnes ou de groupes. Dans la colonne B, identifiez les raisons qu'ils peuvent avoir de s'opposer à vous.
- Dans la colonne C, classez le niveau d'influence que votre opposition potentielle peut avoir sur les décideurs clés. Dans la colonne D, notez tout argument ou tactique que l'opposition pourrait utiliser pour promouvoir son point de vue. Indiquez les points sur lesquels vous devez effectuer davantage de recherches pour en savoir plus sur leur approche.
- Enfin, dans la colonne E, indiquez les moyens possibles auxquels vous pouvez recourir pour minimiser l'influence de vos opposants sur les décideurs clés.

- Demandez également aux participants de se reporter à la *Feuille d'exercices - Partie 5 : Surmonter les obstacles*.

Feuille d'exercices - Partie 5 : Surmonter les obstacles

Indiquez votre but de sensibilisation politique dans la bulle située à l'extrême droite. Notez ensuite deux ou trois obstacles que vous êtes susceptible de devoir affronter pour atteindre ce but. Dans la bulle en dessous, notez des idées qui vous permettraient de surmonter chaque obstacle.

OBSTACLE N° 1

OBSTACLE N° 2

OBSTACLE N° 3

BUT DE LA SENSIBILISATION POLITIQUE :

STRATÉGIES POUR CONTOURNER CES OBSTACLES:

Three large empty boxes for writing strategies to绕过 obstacles.

- Donnez les instructions suivantes :

- Indiquez votre but de sensibilisation politique dans la bulle située à l'extrême droite. Notez ensuite deux ou trois obstacles que vous êtes susceptible de devoir affronter pour atteindre ce but.
- Dans la bulle en dessous, notez des idées qui vous permettraient de surmonter chaque obstacle.

- Invitez un groupe à présenter brièvement son analyse d'un opposant et d'un obstacle. Posez des questions plus précises, comme :

- Quel est le niveau de visibilité et de virulence de cet opposant ?
- De quelles informations avez-vous besoin pour mieux comprendre cet adversaire ?
- Que pouvez-vous faire pour mitiger ses arguments ou son influence sur vos décideurs ?
- Quelle est l'importance/la taille de l'obstacle ? Est-il réaliste de penser pouvoir le surmonter ? Pouvez-vous le contourner ou attendre ?

- Si le temps le permet, répétez l'exercice avec un autre groupe.

ÉTAPE 5.

ALLER DE L'AVANT !

- Félicitez les participants d'avoir terminé la moitié de l'atelier !
- Sur le tableau à feuilles intitulé « Les dix parties », passez en revue toutes les parties étudiées jusqu'à présent. Cochez la cinquième partie.
- Expliquez que lors des séances précédentes, ils ont dû analyser des facteurs externes. Après déjeuner, la prochaine séance leur permettra d'analyser leur propre organisation.



DÉJEUNER 13 h 15–14 h 15 (une heure)

PARTIE 6 : ATOUTS ET LACUNES DE LA SENSIBILISATION 6

Objectif de la séance

Après cette séance, les participants seront en mesure de :

- Répertorier les types de compétences, expertises et ressources nécessaires aux efforts de sensibilisation.



14 h 15—15 h 15

Une heure

Matériel

- Papier pour tableaux à feuilles, chevalets, marqueurs, ruban adhésif
- Feuille d'exercices - Partie 6 : Inventaire des atouts et lacunes des efforts de sensibilisation

(Aucune diapositive PowerPoint n'est utilisée au cours de cette séance).

PRÉPARATION

- ✓ Créez le graphique suivant sur deux feuilles jointes de tableau de conférence et couvrez jusqu'à ce que vous en ayez besoin.

Personnel dédié au travail de sensibilisation	
Personnel pouvant jouer le rôle de porte-parole d'influence	
Relations du personnel avec les décideurs	
Relations du personnel avec les médias	
Expertise en communications et relations avec les médias	
Expertise en formation de coalition	
Expertise en mobilisation locale	
Expertise en communication sur Internet	
Expertise en analyse ou élaboration de politiques	
Familiarisation avec le processus politique	
Preuves en faveur de la solution politique	
Financement (actuel ou probable)	

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Introduire la séance

5 minutes

- Expliquez que la sensibilisation politique peut nécessiter différentes approches et tactiques ainsi que différentes compétences, expertises ou ressources pour sa mise en œuvre. Ce sont vos atouts de sensibilisation. La sixième partie de notre stratégie consiste à dresser l'inventaire de vos atouts ou de toutes lacunes à combler pour mener une campagne de sensibilisation efficace.

- Expliquez l'objectif de la séance :

Après cette séance, vous serez capables :

- répertorier les types de compétences, expertises et ressources nécessaires aux efforts de sensibilisation.

ÉTAPE 2. Évaluer les capacités de l'organisation

15 minutes



Demandez à un participant de suggérer une compétence générale, un type d'expertise ou une ressource qui serait utile dans le cadre de la sensibilisation. Notez les réponses sur le tableau à feuilles.

- Répétez l'exercice avec un autre participant. Continuez d'ajouter des idées à la liste, un participant après l'autre, jusqu'à ce qu'ils n'aient plus d'idées. Les réponses peuvent inclure :

- Personnel disponible
- Financement disponible ou probable
- Personnel pouvant servir de porte-parole
- Relations avec les médias
- Expérience en médias sociaux
- Expertise en recherche de politique
- Connaissance technique d'un problème
- Expérience en sensibilisation politique
- Expertise en analyse politique
- Réseaux locaux pour lancer des actions
- Preuve en faveur de la solution politique (données, récits, matériaux)
- Expertise en relation avec les médias ou autres types de communication
- Expertise en formation de coalitions ou création de partenariats
- Expertise en élaboration de directives ou législations
- Relations avec les décideurs et influenceurs
- Réputation de l'organisation dans le domaine de la sensibilisation

- Insistez sur le POINT CLÉ suivant :

- ★ Votre organisation peut être très forte dans certains domaines, mais faible dans d'autres. Dans l'idéal, votre stratégie de sensibilisation sera un prolongement naturel d'un domaine que vous connaissez déjà ou dans lequel vous excellez. Par exemple, si votre organisation n'a jamais collaboré avec les médias ou n'a pas de relations avec des journalistes, il est sans doute peu judicieux de tenter une stratégie de sensibilisation basée sur les médias.



À l'aide du tableau préparé, demandez à un participant de classer chaque ressource disponible dans son organisation (niveau élevé, moyen, faible). Posez des questions incitatives, comme :

- Quel membre de votre personnel possède cette compétence ?
- Combien de membres de l'équipe sont-ils disponibles ?
- Quels fonds spécifiques pouvez-vous utiliser ?

Personnel dédié au travail de sensibilisation	
Personnel pouvant jouer le rôle de porte-parole d'influence	
Relations du personnel avec les décideurs	
Relations du personnel avec les médias	
Expertise en communications et relations avec les médias	
Expertise en formation de coalition	
Expertise en mobilisation locale	
Expertise en communication sur Internet	
Expertise en analyse ou élaboration de politiques	
Familiarisation avec le processus politique	
Preuves en faveur de la solution politique	
Financement (actuel ou probable)	

- Si le temps le permet, recommencez avec un autre participant.

ÉTAPE 3.



ACTIVITÉ : TRAVAIL EN PETITS GROUPES

40 minutes

- Demandez aux participants de se reporter à la *Feuille d'exercices - Partie 6 : Faire l'inventaire des atouts et lacunes de sensibilisation*.
- Donnez les instructions suivantes :
- La colonne A répertorie diverses compétences, expertises et ressources utiles pour les activités de sensibilisation politique.
 - Dans la colonne B, indiquez les personnes ou le matériel spécifiques existant dans votre organisation, le cas échéant. Dans la colonne C, évaluez ensuite le niveau de disponibilité de cette ressource pour la sensibilisation (élevé, moyen, faible).
 - En fonction de vos évaluations, répertoriez vos trois plus grands atouts pour la sensibilisation et les trois plus grandes lacunes pour lesquelles vous aurez besoin de soutien.

Feuille d'exercices - Partie 6 : Inventaire des atouts et lacunes des efforts de sensibilisation

La colonne A répertorie diverses compétences, expertises et ressources utiles pour les activités de sensibilisation politique. Dans la colonne B, indiquez les personnes ou le matériel spécifiques existant dans votre organisation, le cas échéant. Dans la colonne C, évaluez ensuite le niveau de disponibilité de cette ressource pour la sensibilisation (élevé, moyen, faible). En fonction de vos évaluations, sélectionnez vos trois meilleurs atouts et vos trois plus grandes lacunes.

A. Compétences, expertise, et ressources	B. Personnes ou matériel spécifiques (Noms des personnes, services, etc.)	C. Quel est le niveau de disponibilité de cette ressource en faveur de la sensibilisation ?
Disponibilité du personnel pour travailler à la sensibilisation		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Personnel pouvant jouer le rôle de porte-parole d'influence		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Relations du personnel avec les décideurs		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Relations du personnel avec les médias		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Niveau d'expertise en communication et relations avec les médias (p. ex. synthèse de politique, lettres au rédacteur en chef)		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Niveau d'expertise en formation de coalition		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Niveau d'expertise en mobilisation communautaire et sociale		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible

(suite page suivante)

35

(Feuille d'exercices - page 2)

Feuille d'exercices - Partie 6 : Inventaire des atouts et lacunes des efforts de sensibilisation

A. Compétences, expertise, et ressources	B. Personnes ou matériel spécifiques (Noms des personnes, services, etc.)	C. Dans quelle mesure cette ressource peut-elle être utilisée à des fins de sensibilisation ?
Niveau d'expertise en communication sur Internet		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Niveau d'expertise en analyse et/ou élaboration de politiques		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Niveau de familiarisation avec le processus politique		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Niveau des preuves en faveur la solution politique		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Niveau de financement (actuel ou probable)		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible

Trois meilleurs ATOUTS :

Trois plus grosses LACUNES :



Une fois que les équipes ont rempli leurs feuilles d'exercices, demandez à chacune d'écrire le nom de son groupe sur une feuille du tableau, puis d'y inscrire ses meilleurs atouts et ses plus grandes lacunes. Une fois que chaque groupe ou organisation a inscrit ses atouts et ses lacunes sur une feuille du tableau, demandez à tous les participants de se déplacer et d'étudier les atouts et lacunes de chaque groupe. Expliquez-leur que c'est un peu comme faire du « lèche-vitrine » pour savoir quels sont les groupes ou organisations dont les atouts pourraient venir combler leurs lacunes.

- **Passez en revue la liste finale pour voir quels sont les atouts et les lacunes communes à l'ensemble du groupe.** Demandez aux participants s'ils ont trouvé, au sein du groupe, des « correspondances » entre équipes ayant des atouts qui pourraient être utiles pour combler les lacunes d'autres équipes. Cela peut indiquer un partenariat potentiel pour vos efforts de sensibilisation.

ÉTAPE 4. **ALLER DE L'AVANT !**

- Félicitez les participants d'avoir terminé la sixième partie.
- Sur le tableau de conférence « Les dix parties », cochez la sixième partie.
- Mentionnez que la septième partie abordera la valeur des partenariats et comment ils peuvent contribuer à combler certaines lacunes des efforts de sensibilisation des participants.

Conseil pour l'animateur !

Proposez de taper la liste des atouts et lacunes du groupe et de la faire circuler parmi les participants. Cela peut être un excellent outil pour identifier de futurs partenariats.



PAUSE 15 h 15–15 h 30 (15 minutes)



Objectifs de la séance

Après cette séance, les participants seront en mesure :

- d'évaluer les qualités d'un partenariat stratégique
- d'identifier les différents types de collaboration.

15 h 30–17 h 15

Une heure,
45 minutes

Matériel

- Papier pour tableaux à feuilles, chevalets, marqueurs, ruban adhésif
- Diapositives PowerPoint
- Étude de cas
- Fiches de discussion avec les partenaires
- Fiches Qualités des partenariats efficaces (trois jeux)
- Fiches Types de collaboration
- Feuille d'exercices - Partie 7 : Sélectionner vos partenaires de sensibilisation

PRÉPARATION

- ✓ Assurez-vous d'avoir tous les jeux de fiches de la septième partie et créez un espace vide dans la pièce pour l'activité de discussion avec les partenaires.
- ✓ Chargez les diapositives.

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Introduire la séance

5 minutes

- Expliquez que la sensibilisation par le biais de partenaires a presque toujours plus de chances de réussite que les efforts individuels. Cependant, avoir trop de partenaires peut également nuire à votre stratégie de sensibilisation. Il faut être stratégique et choisir soigneusement ses partenaires.

- Énoncez les objectifs de la séance :

Après cette séance, vous serez capables :

- d'évaluer les qualités d'un partenariat stratégique
- d'identifier les différents types de collaboration.



ÉTAPE 2. ACTIVITÉ : DISCUTER ENTRE PARTENAIRES

30 minutes



Pour préparer l'activité en groupes, étudiez la diapositive sur les raisons stratégiques d'établir un partenariat.

- Pour accroître le nombre d'organisations travaillant activement sur le problème.
- Pour rassembler de nouveaux membres et prouver ainsi l'existence d'un soutien à grande échelle et d'origine variée au problème.
- Pour souligner les avantages de la proposition à divers secteurs importants.
- Pour accroître la possibilité de toucher et persuader un plus grand nombre de décideurs et d'influenceurs.
- Pour contribuer à atténuer l'influence de l'opposition.
- Pour disposer de davantage d'expertise, de compétences et de ressources.
- Pour aider à combler les lacunes des efforts de sensibilisation de l'organisation.



Demandez aux participants s'ils voient d'autres raisons convaincantes d'établir un partenariat qui pourrait faire défaut dans la liste. Notez leurs réponses sur le tableau à feuilles.

- Distribuez une fiche « Discussion avec les partenaires » à chaque participant et expliquez-leur qu'ils vont prendre le rôle d'un représentant de l'organisation indiquée sur leur fiche. Dites-leur de ne pas se montrer les fiches.
- Demandez aux participants de se reporter à l'étude de cas utilisée le jour 1. Expliquez que l'étude de cas fournira le contexte pour cet exercice. Chaque organisation a un intérêt potentiel à participer à l'effort de sensibilisation du problème exposé dans l'étude de cas et est un membre potentiel de la coalition.

Conseil pour l'animateur !

Si le groupe est de petite taille, vous pouvez présélectionner certaines fiches qui augmenteront les chances de produire des partenariats créatifs et intéressants.

- **Demandez aux participants de relire l'étude de cas et leur fiche, et de se familiariser avec l'organisation qui leur est attribuée.**

- **Rassemblez les participants dans l'espace libre de la salle et expliquez les directives suivantes :**
 - Le but de cet exercice consiste à former plusieurs réseaux comprenant chacun quatre partenaires.
 - Discutez entre vous des organisations et des motifs stratégiques justifiant la formation d'un partenariat.
 - Dès que vous avez trouvé un partenaire, procédez ensemble pour trouver un troisième partenaire et ainsi de suite. Aux fins de l'exercice, une organisation ne peut pas appartenir à plus d'un groupe (dans la réalité, les organisations appartiennent souvent à plus d'un réseau ou d'une coalition).
 - Les conversations doivent rester brèves (environ trois minutes) et vous devez essayer de parler avec autant de personnes que possible en 15 minutes.
 - Peu importe si la discussion n'entraîne pas de partenariat viable. Continuez vos discussions pour trouver une personne qui souhaite devenir partenaire.
 - Il n'y a pas de partenariats pré-déterminés dans cet exercice. Chacun peut devenir membre potentiel d'un réseau. Les groupes doivent simplement présenter les arguments expliquant pourquoi ils souhaitent collaborer. Soyez créatif et déterminez les décisions les plus stratégiques pour votre organisation.

- **Commencez l'exercice et observez pendant environ dix minutes.** Donnez un avertissement cinq minutes avant de mettre fin à la séance de discussion.

- **En vous tenant au milieu d'un groupe, demandez à chaque réseau de décrire son processus de formation.** Lancez la discussion avec tout le groupe au sujet de l'exercice en posant des questions comme :
 - Avec qui avez-vous décidé de devenir partenaire et pourquoi ?
 - Comment avez-vous été convaincu du partenariat ?
 - Quel type de partenaire désiriez-vous, mais n'avez pas trouvé ?
 - Souhaitiez-vous vous associer à quelqu'un qui n'a pas voulu ?
 - Quelles perspectives aviez-vous des partenariats pour la sensibilisation ?

- **Remerciez les participants et demandez-leur de demeurer dans leurs « coalitions » nouvellement formées pour le reste du module quand ils reprendront leurs places.**

Conseil pour l'animateur !

Si le groupe est de petite taille, réduisez les réseaux à trois membres ou faites en sorte que l'animateur joue un rôle lui aussi.

ÉTAPE 3. Quels sont les partenariats efficaces pour l'effort de sensibilisation ? 10 minutes

- **Expliquez en quoi cet exercice fait ressortir l'importance d'une réflexion critique, créative et stratégique au sujet des partenaires potentiels.**

- **Insistez sur le POINT CLÉ suivant :**

- ★ Même si l'effort de sensibilisation est presque toujours plus efficace en collaboration avec d'autres, il ne faut pas établir de partenariats avec n'importe qui et n'importe où. Outre les avantages qu'ils présentent, les partenariats peuvent également comporter des risques et des inconvénients. Choisissez bien vos partenaires. Un partenaire potentiel doit apporter quelque chose d'utile à l'effort sans affaiblir l'impact de celui-ci.



Passez en revue la diapositive sur les partenariats efficaces en insistant sur les POINTS CLÉS suivants :

- ★ Les meilleurs partenaires apportent généralement des ressources à l'effort de sensibilisation, particulièrement ceux qui combinent des lacunes existantes dans l'organisation. Il est aussi généralement facile de collaborer avec eux.
- ★ Votre partenaire idéal doit également correspondre à votre but de sensibilisation. Néanmoins, si vous exigez qu'ils acceptent tous les aspects de votre stratégie, vous risquez de réduire nettement la quantité et la qualité de vos partenaires. Parfois, il faut accepter d'être en désaccord sur certains aspects de la stratégie de sensibilisation.
- ★ Les bons partenaires présentent peu de risques. Les risques peuvent avoir un impact sur votre réputation globale ou votre potentiel de vous écarter du message.



Demandez aux participants de réfléchir aux risques impliqués par le partenariat avec une organisation. Notez leurs réponses sur le tableau à feuilles, qui peuvent inclure :

- Position controversée sur un autre problème.
- Couverture médiatique négative.
- Rotation du personnel.
- Organisation prévoyant de nombreuses campagnes de sensibilisation.
- Mauvaise gestion financière.
- Déclarations publiques provocantes et négatives.
- Mauvaise relation du personnel avec les décideurs.
- Antécédents négatifs quant à la prise de responsabilités au sein d'une coalition.

➤ Lancez une brève discussion sur le risque potentiel lié à un partenaire, en posant une des questions suivantes, ou plus :

- L'un de ces risques vous amènerait-il à écarter un partenariat avec une organisation donnée ?
- Certains de ces risques pourraient-il être mitigés ? Comment ?

➤ Insistez sur le POINT CLÉ suivant :

- ★ Les risques ne doivent pas automatiquement disqualifier un partenaire, mais vous devez en être conscient(e). Pesez le pour et le contre pour déterminer si le partenariat vaut la peine de prendre le risque.



ÉTAPE 4.

ACTIVITÉ : LE PARTENAIRE IDÉAL⁵

10 minutes

- Distribuez un jeu de fiches « Qualités d'un partenariat efficace » à chacune des « coalitions ».
- Expliquez que chaque fiche représente une caractéristique d'un partenariat efficace.



En préparation de cette activité, passez en revue la diapositive avec la liste des qualités d'un partenariat efficace :

- Accord d'une attention immédiate aux problèmes
- Partage du pouvoir
- Attentes claires
- Responsabilité mutuelle
- Reconnaissance, remerciements et félicitations.
- Inspiration et reconnaissance
- Réflexion stratégique
- Persévérance
- Contacts personnels et réguliers
- Flux d'information régulier
- Définition de buts ciblés

- Demandez aux participants de lire les fiches et de sélectionner les cinq caractéristiques qui leur semblent être les plus importantes. Lorsqu'ils ont terminé, ils doivent dresser leur liste finale sur un tableau à feuilles et l'afficher.
- Demandez à chaque groupe de partager les caractéristiques choisies. Pour faire le point, animez une discussion en posant des questions comme :
 - Quelles caractéristiques avez-vous choisies et pourquoi ?
 - Y a-t-il un thème commun parmi vos choix ?
 - Parmi les caractéristiques que vous n'avez pas choisies, les avez-vous trouvées importantes ou inutiles ?
 - Manque-t-il des caractéristiques importantes ?



ÉTAPE 5.

ACTIVITÉ : TYPES DE COLLABORATION⁶

10 minutes

- Expliquez qu'il existe divers modèles de partenariat. En d'autres termes, il y a différents niveaux ou types de collaborations allant de la collaboration vague et informelle à celle structurée et officielle.



Pendant l'exercice, affichez la diapositive sur les types de collaborations.

- Partage d'informations et de données
- Élaboration de messages communs
- Consultation réciproque

¹ Adapté de "Expanding Access through Policy Advocacy," Women Thrive Worldwide.

² Adapté de "Expanding Access through Policy Advocacy," Women Thrive Worldwide.

- Planification et élaboration de stratégies conjointes
 - Coalitions et alliances
- **Distribuez les fiches Types de collaboration entre les « coalitions » (une fiche par groupe).**
- **Demandez à la coalition en possession de la fiche « Partage d'informations et de données » d'en lire la description à haute voix à l'ensemble du groupe.** Demandez s'ils ont des exemples illustrant ce type de partenariat dans leur expérience personnelle. Prévoyez des exemples au cas où ils n'en auraient pas.
- **Continuez ainsi jusqu'à ce que vous ayez fait le tour de tous les types de collaboration ci-dessous :**
- **Partage d'informations et de données.** Les personnes et les organisations acceptent de partager librement les informations et les données obtenues auprès de leurs contacts et en fonction de ce qu'elles ont appris au cours de leur travail. Aucune prise de décision conjointe ni exigence n'est nécessaire pour utiliser l'information d'une certaine façon.
 - **Élaboration de messages communs.** Les partenaires acceptent de partager les informations et de les analyser ensuite ensemble pour identifier les tendances et élaborer des messages communs. Chaque organisation utilisera ces messages comme elle l'entend dans le cadre de sa propre campagne de sensibilisation et sans coordination nécessaire entre elles.
 - **Consultation réciproque.** Les partenaires utilisent les compétences des uns et des autres comme ressources pour développer leurs propres plans individuels afin d'atteindre les buts de sensibilisation politique. Ils s'inspirent l'un de l'autre, mais continuent à travailler sur des projets distincts.
 - **Planification et élaboration de stratégies conjointes.** Les partenaires identifient des défis communs et développent des plans et des stratégies complémentaires pour les relever. Chaque partenaire fait son propre travail, mais compte sur l'autre pour mettre en œuvre les actions convenues.
 - **Coalitions et alliances.** Le type de collaboration le plus officiel dans lequel les personnes et organisations travaillent ensemble sur un plan d'action commun. Les parties s'engagent à appuyer le plan et à se soutenir mutuellement. Certaines coalitions sont temporaires et les partenaires se séparent après avoir atteint le but commun. D'autres coalitions forment des alliances à long terme, avec une structure et une organisation permanentes.
- **Expliquez que de nombreuses organisations choisissent, par défaut, la coalition comme modèle de partenariat, mais qu'il existe de nombreux problèmes dont il faut tenir compte avant de former une coalition.**
- **Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :**
- ★ Les coalitions présentent de nombreux avantages, notamment le fait d'élargir la base de soutien en faveur d'un problème et conférer à ce problème une plus grande légitimité en vertu de l'intérêt massif qu'il suscite. Les coalitions peuvent souvent optimiser les ressources en les regroupant et en répartissant le travail au sein de la coalition.
 - ★ Les inconvénients à travailler avec des coalitions doivent aussi être pris en considération. Il peut être difficile d'arriver à un consensus dans une coalition en raison des différents

priorités et points de vue. Parfois, vos efforts ne seront pas reconnus, tandis que d'autres personnes seront félicitées sans avoir rien fait. Le pouvoir n'est pas toujours distribué équitablement dans les coalitions. Souvent, les organisations plus importantes ou à gros budgets peuvent avoir un plus grand pouvoir de décision.

- ★ Travailler avec une coalition n'est pas la seule manière de collaborer avec d'autres organisations. Réfléchissez soigneusement aux avantages et inconvénients de travailler au sein d'une coalition avant de décider de vous joindre à l'une d'entre elles.

- **Invitez les « coalitions » à débattre entre elles du type de collaboration qu'elles estiment le plus efficace pour le groupe et pourquoi.** Elles décideront peut-être de continuer à être une coalition ou préféreront un autre type de collaboration. Dites aux participants d'utiliser l'étude de cas évoquée lors de la discussion avec les partenaires pour guider leur choix, même s'ils s'écartent de son thème. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse ; il s'agit simplement de justifier pourquoi ils choisissent tel ou tel modèle.

- **Pour faire le point, lancez une brève discussion posant des questions comme :**
 - Un type de collaboration particulier s'est-il dégagé comme votre modèle préféré de partenariat ? Pourquoi ?
 - Qu'est-ce qui vous a amené à choisir ce type de collaboration plutôt qu'un autre ?
 - Quels seraient les avantages de ce type de collaboration ? Les inconvénients ?

ÉTAPE 7. ACTIVITÉ : TRAVAIL EN PETITS GROUPES 30 minutes

- **Demandez aux participants de se reporter à la *Feuille d'exercices - Partie 7 : Sélectionnez les partenaires de sensibilisation*.**

Feuille d'exercices - Partie 7 : Sélectionner vos partenaires de sensibilisation					
Indiquez entre trois et cinq partenaires potentiels de votre sensibilisation politique sur la première rangée. Il peut s'agir d'organisations, de personnes, d'alliances et de coalitions. En commençant avec le premier partenaire et en continuant vers le bas, indiquez deux ou trois raisons stratégiques pour lesquelles choisir ce partenaire, ainsi que tout risque potentiel lié à ce partenariat. Enfin, indiquez comment vous aimerez collaborer avec chaque partenaire.					
Raisons stratégiques d'établir un partenariat	Partenaire potentiel :				
Risques potentiels					
Collaboration anticipée					

➤ **Donnez les instructions suivantes :**

- Dans vos groupes originaux, indiquez entre trois et cinq partenaires potentiels de sensibilisation sur la première ligne. Il s'agit d'organisations, de personnes, d'alliances et de coalitions qui possèdent l'expertise, les ressources ou l'influence nécessaire sur les décideurs.
- En commençant par le premier partenaire et en procédant vers le bas, indiquez deux ou trois motifs stratégiques de la sélection de ce partenaire et tout risque potentiel du partenariat.
- Enfin, indiquez comment vous aimerez collaborer avec chaque partenaire.
- Répétez cette analyse avec tous les partenaires potentiels sur la première ligne.

➤ **Demandez aux équipes de présenter brièvement leurs partenaires potentiels et les raisons stratégiques de ce choix, ainsi que leur type de collaboration idéal.** Réitérez les points clés énoncés précédemment pendant ces présentations (p. ex., diversité des partenaires, choix des partenaires pour combler des lacunes).

ÉTAPE 7.

ALLER DE L'AVANT !

- Félicitez les participants d'avoir terminé la septième partie.
- Sur le tableau de conférence intitulé « Les dix parties », cochez la septième partie.
- Mentionnez que les participants disposent désormais de toutes les informations nécessaires pour créer leurs plans d'action de sensibilisation, ce qui compose la huitième partie. Nous entamerons la partie 8 dès demain matin.

BILAN DE LA JOURNÉE ET CLÔTURE

Objectifs de la séance



Après cette séance, les participants seront en mesure :

- de résumer les thèmes et réalisations de la journée
- de faire des commentaires sur le déroulement de l'atelier jusqu'à présent.

Matériel

- Fiches

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Résumer la journée

5 minutes

- Félicitez et remerciez les participants de leur enthousiasme et de leur travail.
- Passez rapidement en revue les principaux thèmes et réalisations de groupe de la journée.
- Demandez aux participants s'ils ont des questions ou commentaires sur la journée.

ÉTAPE 2. ACTIVITÉ : COMMENTAIRES

10 minutes

- Distribuez des fiches aux participants pour leurs commentaires sur la journée. Demandez-leur d'inscrire un signe « + » d'un côté et de noter une chose qu'ils ont apprise/aimée aujourd'hui. De l'autre côté, dessinez un « — » et écrivez quelque chose que souhaiteriez voir changer.
- Occupez-vous des questions d'organisation et de logistique et clôturez la journée.

À LA FIN DE LA JOURNÉE :

1. Lisez les commentaires des participants. Préparez un résumé pour le lendemain matin.
2. Passez en revue les progrès de la journée et le programme du lendemain. Au besoin, modifiez le contenu et la durée, en fonction des commentaires des participants.
3. Rangez les tableaux à feuilles qui ne sont plus nécessaires et préparez ceux pour le lendemain.

JOUR 3 : INSTRUCTIONS D'ANIMATION

Partie 8 à 10
Séance de clôture

Déroulement de la journée

Séance d'ouverture	9 h–9 h 15
Partie 8 : Tactiques de sensibilisation	9 h 15–10 h 15
Pause	10 h 15–10 h 30
Partie 8 : Tactiques de sensibilisation	10 h 30–12 h 30
Déjeuner	12 h 30 –13 h 30
Partie 9 : Messages de sensibilisation	13 h 30 –15 h 00
Pause	15 h –15 h 15
Partie 9 : Messages de sensibilisation	15 h 15–16 h
Partie 10 : Plan pour mesurer la réussite	16 h–17 h
Séance de clôture	17 h–17 h 30

Matériel de la journée

- Ordinateur portable, projecteur ACL
- Écran, cordons d'alimentation
- Diapositives de la présentation PowerPoint
- Tableaux à feuilles, chevalets, ruban adhésif
- Marqueurs de couleur, ciseaux
- Registre de présence
- Programme
- Petite balle
- Fiches Qualités des messages convaincants
- Feuille d'exercices - Partie 8 : Développer les objectifs
- Feuille d'exercices - Partie 8 : Établir un plan d'action
- Feuille d'exercices - Partie 9 : Formuler des messages de sensibilisation
- Feuille d'exercices - Partie 9 : Identifier les messagers de sensibilisation
- Feuille d'exercices - Partie 10 : Planification des mesures de la réussite
- Évaluations finales
- Certificats d'achèvement du programme

SÉANCE D'OUVERTURE



Objectifs de la séance

Après cette séance, les participants seront en mesure :

- de se rappeler des points clés de la veille
- de décrire en grandes lignes les objectifs de la journée.

9 h–9 h 15

15 minutes

Matériel

- Papier pour tableaux à feuilles, chevalets, marqueurs, ruban adhésif
- Registre de présence
- Petite balle
- Programme

PRÉPARATION

- ✓ Préparez le registre de présence que les participants signeront à leur arrivée.
- ✓ Chargez les diapositives.

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Bienvenue et commentaire du 2^e jour

5 minutes



- Résumez brièvement les commentaires des participants de la veille et expliquez les changements prévus pour la journée.

ÉTAPE 2. ACTIVITÉ : LANCER DE BALLE

5 minutes

- Demandez aux participants de se lever et de former un cercle.
- Demandez-leur de réfléchir aux discussions et activités de la veille.
- Expliquez que vous allez lancer la balle à une personne. Cette personne devra l'attraper et immédiatement et à voix haute mentionner un mot, une phrase ou une notion qu'elle a appris la veille.
- Cette personne lancera ensuite la balle à quelqu'un d'autre qui fera de même.
- Continuez l'activité jusqu'à ce que chaque participant ait eu la possibilité de parler deux fois.

ÉTAPE 3. Passer en revue le programme de la journée

5 minutes

- Demandez que tout le monde se reporte au programme.
- Passez en revue les principaux thèmes et activités prévus pour la journée. Soulignez le fait que le programme de la journée se basera sur les sujets et les résultats de la veille.
- Ouvrez la séance aux questions.

PARTIE 8 : TACTIQUES DE SENSIBILISATION

8

Objectifs de la séance



Après cette séance, les participants seront en mesure :

- d'élaborer des objectifs permettant d'atteindre un but de sensibilisation
- de déterminer des activités et tactiques de sensibilisation
- d'établir un plan d'action de sensibilisation.

9 h 15–12 h 30

Trois heures

(plus 15 minutes de pause)

Matériel

- Papier pour tableaux à feuilles, chevalets, marqueurs, ruban adhésif
- Diapositives PowerPoint
- Objectif tiré d'une étude de cas choisie (Annexe 2 : Matériel pour les activités)
- Feuille d'exercices - Partie 8 : Développer les objectifs
- Feuille d'exercices - Partie 8 : Établir un plan d'action

PRÉPARATION

- ✓ Intituez cinq tableaux à feuilles de la façon suivante (un titre par tableau).
Suspendez-les sur des chevalets ou au mur jusqu'à ce que vous en ayez besoin pour l'activité de Carrousel.
 - Médias traditionnels et nouveaux médias
 - Évènements et réunions
 - Suivi des engagements/
promotion de la responsabilisation
 - Matériel et publications
 - Assemblage des preuves en
vue de la sensibilisation
- ✓ Passez à l'annexe 2, « Matériel pour les activités », de votre manuel de l'animateur et choisissez l'objectif non-SMART de l'étude de cas que vous avez utilisée durant l'atelier. Inscrivez cet objectif sur un tableau et couvrez-le jusqu'à ce que vous en ayez besoin.
- ✓ Dessinez le tableau suivant sur deux feuilles jointes, et couvrez-le jusqu'à ce que vous en ayez besoin.

Initiative	Personnel	Partenaire(s)	Coût	Déroulement

- ✓ Chargez les diapositives.

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Introduire la séance

5 minutes

- Expliquez qu'au cours de la huitième partie, vous utiliserez tout ce que vous avez appris de la première à la septième partie pour élaborer un plan d'action concret permettant d'atteindre votre but de sensibilisation. Bon nombre d'entre vous ont déjà élaboré des plans d'action. Le processus de création d'un plan d'action pour votre stratégie de sensibilisation politique ne sera pas bien différent.
- Énoncez les objectifs de la séance :

Après cette séance, vous serez capables :

- d'élaborer des objectifs permettant d'atteindre un but de sensibilisation
- de déterminer des activités et tactiques de sensibilisation
- d'établir un plan d'action de sensibilisation.

ÉTAPE 2. Élaborer des objectifs de sensibilisation

25 minutes



Demandez aux participants d'identifier le type d'information généralement inclus dans un plan d'action. Notez leurs réponses sur le tableau à feuilles, qui peuvent inclure :

- Buts et objectifs du projet
- Activités
- Déroulement
- Budget
- Parties responsables

- Expliquez que plusieurs composantes identiques feront partie d'un plan d'action de sensibilisation, à commencer par les buts et les objectifs. Rappelez aux participants qu'ils ont déjà élaboré leur but de sensibilisation.



Lisez la définition d'un objectif sur la diapositive.

Objectif : Réalisation ou résultat désiré qui contribuera au but général. Un pas vers votre but de sensibilisation.

- Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :

- ★ Les objectifs sont les étapes à court ou moyen terme vers le but général. Ils ne doivent pas être plus difficiles à réaliser que le but !
- ★ Envisagez les objectifs comme les mesures que les décideurs, influenceurs ou principales parties prenantes pourraient prendre afin de prouver leur engagement vis-à-vis du changement. À titre d'exemple, votre but de sensibilisation peut être de faire passer une nouvelle loi à l'Assemblée législative. Les objectifs pour atteindre ce but peuvent comprendre : un député qui accepte déposer une loi ; un comité législatif appuie l'examen d'un projet de loi.

- ★ Les objectifs sont les actions que vous souhaitez qu'une personne entreprenne. Les actions que VOUS allez entreprendre sont vos activités de sensibilisation.

 **Passez en revue la diapositive sur les trois éléments particuliers d'un objectif de sensibilisation.** Tout comme votre but de sensibilisation, vos objectifs doivent mettre en évidence QUI, QUOI et QUAND.

- QUI : Quel décideur ou quelle partie prenante importante souhaitez-vous voir agir exactement ?
- QUOI : Quelle action le décideur doit-il entreprendre ?
- QUAND : un délai pour que les mesures soient mises en œuvre (souvent entre six mois et trois à cinq ans, selon l'effort particulier de sensibilisation).

 **Passez en revue la diapositive sur les objectifs SMART.** En général, si votre objectif de sensibilisation comprend les éléments QUOI, QUI et QUAND, c'est un objectif RÉALISTE.

- Spécifique
- Mesurable
- Atteignable
- en Rapport avec le problème
- limité dans le Temps



Dévoilez le tableau avec l'objectif non-SMART tiré de l'étude de cas choisie.

- Demandez aux participants de se reporter à l'étude de cas utilisée dans la partie 1.
- Demandez aux participants si cet objectif contient tous les éléments nécessaires pour constituer un bon objectif de sensibilisation. Travaillez avec eux pour le modifier et inclure QUI, QUOI et QUAND. Notez leurs révisions sur le tableau de conférence. Posez des questions telles que :
 - Quelle est l'action politique ?
 - Qui doit entreprendre cette action ?
 - Quand l'action doit-elle avoir lieu ?
- Après qu'ils ont modifié leur objectif, demandez-leur de le critiquer en répondant à des questions comme :
 - Comment saurez-vous si vous avez atteint cet objectif ?
 - Pouvez-vous identifier le décideur ou la principale partie prenante ?
 - Est-ce défini dans le temps ?
 - Cela vous aidera-t-il vraiment à vous rapprocher du but ? Est-ce pertinent ?
 - Est-ce plus facile à réaliser que votre but ?

 **Demandez à un participant de présenter un but de sensibilisation et travaillez avec lui pour élaborer un bon objectif de sensibilisation.** Notez sa réponse sur le tableau à feuilles.

- Répétez l'exercice avec d'autres participants jusqu'à ce que le groupe se sente à l'aise.



ÉTAPE 3. ACTIVITÉ : TRAVAIL EN PETITS GROUPES

30 minutes

- Demandez aux participants de passer à la *Feuille d'exercices - Partie 8 : Élaborer les objectifs*.

Feuille d'exercices - Partie 8 : Élaborer vos objectifs de sensibilisation

Notez votre but de sensibilisation de la deuxième partie dans la case de gauche. Élaborez au moins trois objectifs de sensibilisation pour ce but. Rappelez-vous qu'un bon objectif de sensibilisation comporte les éléments suivants : qui, quoi et quand. Un objectif doit également être SMART : spécifiques, mesurable, atteignable, en rapport avec le problème et limité dans le temps.

Vos objectifs de sensibilisation
1
2
3

Votre but de sensibilisation (Partie 2)

- Demandez aux équipes de recopier leur **but de sensibilisation de la partie 2** dans la première case. Élaborez ensuite au moins trois objectifs pour ce but afin de répondre aux critères d'un bon objectif de sensibilisation.
- Demandez ensuite à chaque groupe de présenter *brièvement* son but ainsi qu'un objectif. Si les objectifs ne comprennent pas les trois éléments et ne sont pas de type SMART, demander à l'ensemble du groupe de proposer des améliorations.
- Indiquez aux participants que le moment est venu d'identifier les activités spécifiques nécessaires à la réalisation des objectifs et de continuer vers votre but général.



PAUSE

10 h 15–10 h 30 (15 minutes)

* Pendant la pause, placez les cinq tableaux à feuilles préalablement préparés dans un espace libre de la salle.

 **ÉTAPE 4. ACTIVITÉ : CARROUSEL DES INITIATIVES DE SENSIBILISATION**

30 minutes

➤ **Répartir les participants en cinq groupes.** Attribuez un chevalet de tableau de conférence à chaque groupe.

➤ **Expliquez que chaque tableau de conférence représente une catégorie différente d'activités de sensibilisation :**

1. Médias traditionnels et nouveaux médias
2. Évènements et réunions
3. Matériel et publications
4. Assemblage des preuves en vue de la sensibilisation
5. Suivi des engagements et promotion de la responsabilisation

Conseil pour l'animateur !

Vous devrez peut-être préciser que les médias traditionnels et les nouveaux médias font référence à l'utilisation de moyens de communication comme la presse (traditionnels) et Twitter (nouveaux). Le matériel et les publications font référence à des dossiers politiques, des fiches de données et autre matériel de communication.

➤ **Demandez à chaque équipe d'écrire autant de types d'activités générales de sensibilisation différents que possible dans leur catégorie en 30 secondes.** Ces exemples ne sont pas propres à leurs buts de sensibilisation, mais sont valables pour tout but de sensibilisation.

➤ **Démarrez le chronomètre et demandez-leur de commencer à écrire.**

➤ **Trente secondes plus tard, demandez au groupe de passer au prochain tableau à feuilles, en suivant le sens des aiguilles d'une montre, d'ajouter ce qu'ils peuvent à la liste existante, sans répéter ce qui est déjà écrit.** Donnez-lui à nouveau 30 secondes. Continuez ainsi jusqu'à ce que tous les groupes aient pu apporter leurs contributions à chaque tableau à feuilles. Vous pouvez choisir de faire tourner les équipes plusieurs fois devant chaque tableau si les listes sont courtes.

➤ **Rassemblez les participants devant chaque tableau à feuilles et commentez la liste.** Demandez aux équipes de présenter leurs idées avec des questions comme :

- Comment utiliseriez-vous cette initiative de sensibilisation ?
- Quels sont les avantages et les inconvénients de cette initiative ?
- Que devez-vous prendre en compte lors de la planification d'une telle initiative ?
- Quelle serait la réponse d'un décideur à ce type d'initiative ?
- S'il y a de nombreuses idées classiques de sensibilisation, quelles sont les initiatives nouvelles et créatives qui pourraient susciter l'intérêt des décideurs ?

➤ **Répétez cette discussion devant chaque tableau à feuilles.** S'il manque des idées importantes, reportez-vous à la case ci-dessous pour trouver des idées dans chaque catégorie.

Conseil pour l'animateur !

Vous pouvez utiliser une sonnerie ou un chronomètre pour indiquer qu'il est temps de passer au tableau de conférence suivant. Il est également recommandé de donner aux équipes un compte à rebours ou un avertissement de cinq secondes. Cette activité peut être utilisée comme une compétition pour motiver le groupe, au besoin. Pour ce faire, donnez à chaque groupe un marqueur ou crayon de couleur différente pour le carrousel et dites-lui de le garder tandis qu'il se déplace entre les différents tableaux. Au moment de faire le point, comptez le nombre de nouvelles idées apportées par chaque équipe. L'équipe qui a apporté le plus d'idées sera la gagnante.

Matériel et publications		
Rapport Fiche de données Synthèse de la politique Brochure	Affichette Résumé graphique Livre blanc Points de discussion	Article publié dans un journal révisé par des pairs Diapositives PowerPoint Lettre d'information Album photographique
Médias traditionnels et nouveaux médias		
Lettre à l'éditeur Communiqué de presse Point de presse Twitter Facebook Émission Web	Interview Bulletin d'information à l'attention des médias Site Web Chaîne de diffusion YouTube Programme radio Flickr Film	Conférence de presse Point de presse sur le terrain Installation artistique Google Hangout Lettre à la rédaction Émission-débat Blog
Réunions et évènements		
Exposition de photos Dialogue politique Dîner privé Festival de films Exposition Cérémonie de remise de prix Manifestation	Lancement de rapport Comité d'experts Colloque Visite sur le terrain Gala Sommet Commémoration	Réunion de groupe de travail/coalition Cocktail Réunion d'information parlementaire Réunion au petit déjeuner/déjeuner Réunion avec les décideurs Réunion d'information avec les parties prenantes Démonstration
Assemblage des preuves en vue de la sensibilisation		
Modélisation de transmission des maladies Modélisation d'impact budgétaire Entretiens avec des informateurs essentiels Évaluation des établissements	Prévisions de données Étude de cas Groupes de réflexion Recueil de témoignages	Démonstration/projet pilote Modélisation coût-efficacité Parcours d'étude/visite de terrain Examens des documents pertinents Analyse politique et budgétaire
Suivi des engagements et promotion de la responsabilisation		
Budget participatif Suivi des dépenses publiques	Fiches de score de la communauté Fiches de comptes rendus des citoyens Audits sociaux	Chartes citoyennes Comités de santé Pactes pour la santé

➤ **Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :**

- ★ Ce ne sont pas les seules idées d'activités de sensibilisation. Il s'agit simplement d'un « menu » de possibilités permettant de choisir ou inspirer de nouvelles idées créatives lors de l'élaboration de vos plans d'action et du choix des meilleures initiatives pour répondre aux objectifs de sensibilisation.

Conseil pour l'animateur !

Proposez de taper la liste des atouts et lacunes du groupe et de la faire circuler parmi les participants.

ÉTAPE 5. Établir les priorités entre initiatives de sensibilisation

15 minutes

- **Expliquez qu'il est préférable de limiter le nombre d'initiatives stratégiques.** Vous ne pouvez et vous ne devez pas lancer toutes ces initiatives. Les meilleures initiatives sont celles qui ont le plus de chance d'avoir un impact immédiat et direct sur vos décideurs cibles ou influenceurs clés.



Passez en revue la diapositive sur la sélection des initiatives, dans le cadre d'un plan d'action de sensibilisation.

Lorsque vous déterminez vos initiatives de sensibilisation, utilisez ces questions pour vous aider à vous assurer que vos efforts sont stratégiques et ciblés.

- Cette initiative portera-t-elle sur les principaux intérêts des décideurs clés ?
- Cette initiative suscitera-t-elle l'intérêt des influenceurs ou décideurs ?
- Cette initiative permettra-t-elle de diminuer l'influence des groupes d'opposition ou de réfuter leurs messages ?
- Avons-nous l'expertise et les ressources nécessaires pour mener cette initiative ?
- Quels événements à venir, dates importantes ou décisions gouvernementales pourraient constituer des opportunités de mobilisation et de sensibilisation ?
- L'initiative présente-t-elle un risque pour notre organisation ?



Proposez à un participant de présenter son but de sensibilisation et un objectif. Aidez l'ensemble du groupe à lancer des idées d'initiative pouvant contribuer à ces objectifs. Passez aux réponses du tableau.

- **Posez certaines des questions sur la diapositive pour vous assurer que les initiatives sont spécifiques et qu'elles contribuent à atteindre l'objectif et le but global.**
- **Si le temps le permet, recommencez avec un autre participant.**

ÉTAPE 6. Planifier les ressources

15 minutes

- **Insistez sur le POINT CLÉ suivant :**

- ★ Après avoir identifié les initiatives, nous devons identifier les ressources spécifiques nécessaires pour les mettre en œuvre. Ceci diffère de l'inventaire des atouts et lacunes que nous avons dressé dans la partie 6. Il s'agit de définir les coûts individuels, les rôles du personnel et le déroulement pour mener chaque initiative spécifique.



Passez en revue la diapositive sur les ressources de sensibilisation et décrivez brièvement chaque catégorie de la façon suivante :

- Personnel: Quel type de personnel et quels seront les délais et l'expertise nécessaires pour mener les initiatives souhaitées ?
- Partenaires: Aurez-vous besoin de l'expertise ou des ressources de partenaires pour mener à bien une initiative ?
- Coûts: Quels sont les coûts associés à ces initiatives ?

- Délais : Quand les initiatives devraient-elles être lancées ? Combien de temps prendront-elles ? Y a-t-il un moment particulier où elles devraient se dérouler (p. ex., pour coïncider avec un jour d'observance ou avec un processus politique) ?



Demandez à un participant de présenter un objectif et deux initiatives correspondantes. Aidez l'ensemble du groupe à remplir le plan d'action du tableau à feuilles avec les ressources nécessaires à chaque initiative.

Initiative	Personnel	Partenaire(s)	Coût	Déroulement

- Si le temps le permet, répétez l'exercice avec un autre participant.

ÉTAPE 7.



ACTIVITÉ : TRAVAIL EN PETITS GROUPES

60 minutes

Feuille d'exercices - Partie 8 : Établir un plan d'action de sensibilisation.

Dans la première ligne de chaque tableau, indiquez l'un de vos objectifs indiqué sur la feuille d'exercices précédente. Pour chaque objectif, inscrivez dans la colonne A deux à quatre initiatives que vous mènerez pour l'atteindre. Dans les colonnes B et C, indiquez le personnel et les partenaires spécifiques qui mèneront chaque initiative. Dans les colonnes D et E, estimez le coût et le temps approximatifs de chaque initiative.

OBJECTIF N°1				
A. Initiative	B. Personnel responsable	C. Partenaire(s)	D. Coût	E. Déroulement

- Renvoyez les groupes à la *Feuille d'exercices - Partie 8 : Établir un plan d'action*.
- Donnez les instructions suivantes :
- Dans la première ligne de chaque tableau, indiquez l'un de vos objectifs de la feuille d'exercices précédente.
 - Dans la colonne A de chaque tableau, énumérez deux à quatre initiatives que vous allez mener pour réaliser l'objectif correspondant.

- Dans les colonnes B et C, indiquez le personnel et les partenaires particuliers qui réaliseront chaque initiative.
 - Dans les colonnes D et E, énumérez le coût approximatif et la déroulement de chaque initiative.
- **Au bout de 40 minutes, demandez à plusieurs groupes de présenter leur plan d'action correspondant à un objectif.** Posez des questions de clarification comme :
- Comment cette initiative vous aidera-t-elle à atteindre votre auditoire cible ?
 - Y a-t-il des risques associés à cette initiative ?
 - Comment cette initiative vous aidera-t-elle à atteindre vos objectifs et votre but global ?
 - Quelqu'un a-t-il remis une initiative en cause en raison de difficultés liées aux ressources ?

ÉTAPE 8. **ALLER DE L'AVANT !**

- Félicitez les participants d'avoir terminé leur plan d'action de sensibilisation.
- Sur tableau de conférence des « 10 parties », cochez la huitième partie.
- Expliquez-leur que l'élaboration de leurs stratégies de sensibilisation est quasiment terminée. Nous allons maintenant porter notre attention des initiatives de sensibilisation aux messages de sensibilisation.



DÉJEUNER 12 h 30–13 h 30 (une heure)

Objectifs de la séance

Après cette séance, les participants seront en mesure :

- d'élaborer des messages de sensibilisation ciblés et efficaces pour influencer les décideurs
- d'évaluer les messagers possibles pour communiquer sur la sensibilisation.

13 h 30 –16 h
Deux heures,
15 minutes
(plus 15 minutes
de pause)

Matériel

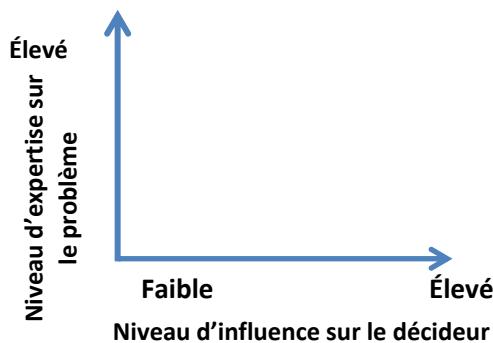
- Papier pour tableaux à feuilles, chevalets, marqueurs, ruban adhésif
- Diapositives PowerPoint
- Fiches Qualités des messages convaincants
- Feuille d'exercices - Partie 9 : Formuler des messages de sensibilisation
- Feuille d'exercices - Partie 9 : Identifier les messagers de sensibilisation

PRÉPARATION

- ✓ Dressez le tableau suivant sur le tableau de conférence et recourez-le jusqu'à ce que vous en ayez besoin :

Décideur :	Intérêt principal :
Quel est le problème ?	Pourquoi le décideur doit-il s'en préoccuper ?
Quelle est la solution et son impact sur le problème ?	Que doit faire le décideur en particulier ?

- ✓ Dessinez le graphique suivant sur le tableau de conférence et recourez-le jusqu'à ce que vous en ayez besoin :



- ✓ Chargez les diapositives.

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Introduire la séance

5 minutes

- Expliquez que dans la partie 9 vous allez développer un message concis et convaincant portant sur votre but de sensibilisation et identifier les personnes pouvant transmettre ce message de façon efficace à vos décideurs ou influenceurs clés cibles.

- Énoncez les objectifs de la séance :

Après cette séance, vous serez capables :

- d'élaborer des messages de sensibilisation ciblés et efficaces pour influencer les décideurs
- d'évaluer les messagers possibles pour communiquer sur la sensibilisation.



ÉTAPE 2. ACTIVITÉ : LE MESSAGE PARFAIT

15 minutes

- Expliquez qu'un message de sensibilisation permet de présenter votre but de manière concise au décideur et de le convaincre d'intervenir.



Pendant l'exercice, affichez la diapositive sur les qualités d'un message convaincant.

- Être bref
- Se fixer des buts précis
- Mettre l'accent sur les solutions
- S'appuyer sur des preuves
- Cibler les principaux intérêts du décideur
- Utiliser un langage non technique
- Rester optimiste et confiant
- Formuler une demande précise

- Divisez le groupe en trois équipes et distribuez un jeu de fiches « Qualités d'un message de sensibilisation convaincant » à chaque équipe.
- Expliquez que chaque fiche représente une des caractéristiques d'un message de sensibilisation convaincant.
- Demandez aux participants de lire les fiches et de sélectionner trois caractéristiques qu'ils estiment être les plus importantes pour les messages de sensibilisation utilisés. Lorsqu'ils ont terminé, ils doivent dresser leur liste finale sur un tableau à feuilles et l'afficher.
- Demandez à chaque groupe de présenter les trois qualités choisies. Animez une discussion bilan en posant des questions comme :
- Quelles caractéristiques avez-vous choisies et pourquoi ?
 - Y a-t-il un thème commun parmi vos choix ?

- Les caractéristiques que vous n'avez pas sélectionnées sont-elles toujours aussi importantes ou inutiles ?

ÉTAPE 3. Élaborer des messages de sensibilisation

20 minutes



Passez en revue la diapositive sur les quatre parties d'un message de sensibilisation :

- Quel est le problème ?
- Pourquoi le décideur doit-il se préoccuper de ce problème ?
- Quelle est la solution proposée et quel impact aura-t-elle sur le problème ?
- Que voulez-vous que le décideur entreprenne en particulier suite à votre interaction ?

➤ Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :

- ★ Les quatre parties de votre message de sensibilisation doivent comporter entre cinq et huit phrases maximum et vous devez pouvoir l'énoncer en moins de trois minutes.
- ★ Conservez tous les faits, chiffres, citations, histoires et analyses qui soutiennent votre message pour une discussion complémentaire. Commencez par capter l'intérêt de votre décideur.
- ★ Ciblez la partie du message « pourquoi devez-vous vous en préoccuper » afin de refléter les principaux intérêts du décideur assis en face de vous.
- ★ Concluez toujours votre message de sensibilisation en demandant au décideur de s'engager sur une mesure particulière, très précise qui contribuera à l'avancement de votre but de sensibilisation. La plupart des décideurs politiques ne répondront probablement pas à la totalité de votre but suite à une rencontre. Demandez donc une étape intermédiaire réalisable. N'oubliez pas de remercier votre décideur pour son temps. Soyez toujours respectueux.



Dévoilez le tableau de conférence préparé.

Décideur :	Intérêt principal :
Quel est le problème ?	Pourquoi le décideur doit-il s'en préoccuper ?
Quelle est la solution et son impact sur le problème ?	Que doit faire le décideur en particulier ?

- Demandez à un participant de présenter un décideur auquel il aimeraient énoncer un message ainsi que leurs principaux intérêts. Écrivez le nom du décideur et ses principaux intérêts dans la partie supérieure de la case.
- Guidez le participant avec les quatre questions, écrivez les réponses dans les cases appropriées. Assurez-vous que les réponses sont spécifiques et pertinentes pour le décideur.

- **Encouragez le participant à combiner oralement les quatre parties en un message unique destiné au décideur politique.**
- **Chronométrez-le ensuite pour voir s'il est en mesure d'énoncer son message en moins de trois minutes.**
- **Insistez sur le POINT CLÉ suivant :**
 - ★ Dans la plupart des cas vous ne pourrez pas énoncer votre message sans être interrompu. Le fait de connaître les quatre parties du message vous aidera à poursuivre le message sans être distrait, tout en étant concis et convaincant.
- **Demandez au participant comment il pourrait modifier le message à l'attention d'un autre de ces décideurs pouvant avoir un intérêt principal différent.**
- **Demandez au groupe de revenir sur le message.** Posez des questions incitatives, comme :
 - Possède-t-il toutes les qualités d'un message de sensibilisation convaincant (p. ex. bref, centré, orienté vers une solution, fondé sur des données probantes, ciblé sur les principaux centres d'intérêts du décideur, non technique, avec une demande précise, optimiste) ?
 - Comment pourriez-vous modifier le message pour qu'il ait des qualités plus conformes à celle d'un message convaincant ?
- **Si le temps le permet, répétez l'exercice avec un autre exemple.**

(suite page suivante)

ÉTAPE 4. ACTIVITÉ : TRAVAIL EN PETIT GROUPE

30 minutes

- Renvoyez les participants à la *Feuille d'exercices - Partie 9 : Élaborer des messages de sensibilisation*

Feuille d'exercices - Partie 9 : Formuler des messages de sensibilisation

Dans les cases supérieures, indiquez le nom des décideurs clés et l'un de leurs principaux intérêts. Répondez aux quatre questions dans les bulles correspondant au décideur sélectionné. Combez ensuite les réponses pour créer un message convaincant et concis dans la case inférieure. Vous aurez peut-être besoin de plusieurs copies de cette feuille d'exercices pour remplir un tableau pour chaque décideur. Si les décideurs ont des intérêts similaires, il n'est pas nécessaire de remplir plusieurs tableaux.

Décideur :	Intérêt principal :
1. Quel est le problème ?	2. Pourquoi le décideur doit-il se préoccuper de ce problème ?
3. Quelle est la solution proposée et quel est son impact probable sur le problème ?	4. Que voulez-vous que le décideur fasse exactement ?
5. Combinez les quatre parties en un message de sensibilisation convaincant et concis :	

47

- Donnez les instructions suivantes :

- Dans les cases supérieures, indiquez le nom des décideurs clés et l'un de leurs principaux intérêts. Répondez aux quatre questions dans chaque bulle correspondant au décideur sélectionné.
- Combinez ensuite les réponses pour créer un message convaincant et concis dans la case inférieure.
- Vous aurez peut-être besoin de plusieurs copies de cette feuille d'exercices pour remplir un tableau pour chaque décideur. Si les décideurs ont des intérêts similaires, il n'est pas nécessaire de remplir plusieurs tableaux.

Conseil pour l'animateur !

Pendant que les participants remplissent cette feuille d'exercices, vous devrez trouver trois volontaires pour l'activité de rôles suivante. Demandez aux personnes si elles sont d'accord pour montrer comment elles prévoient de communiquer leur message au décideur en face du groupe. Au cours de cet exercice, il est important de ne pas mettre les gens dans l'embarras.

ÉTAPE 5. ACTIVITÉ : JEU DE RÔLE

20 minutes

- Expliquez que les participants vont maintenant s'exercer à énoncer leurs messages.
- Placez deux chaises l'une en face de l'autre à l'avant, au centre de la salle.

- **Asseyez-vous sur une des chaises et prenez le rôle du décideur.** Invitez un participant à s'asseoir sur l'autre chaise et à vous délivrer l'un de ces messages. Posez des questions et interagissez avec le participant comme si vous étiez le décideur. Demandez à un autre participant ou à un autre animateur de chronométrier la communication afin qu'elle ne dure que trois minutes. Durant les trois minutes, la personne chargée de surveiller l'heure peut également vous interrompre (p. ex., en prétextant un appel téléphonique urgent pour le décideur, une lettre à signer). Ces interruptions serviront à démontrer l'importance d'être prêt à vous adapter au moment de communiquer votre message; vous ne pourrez peut-être pas compter sur toute l'attention du décideur pendant trois minutes et il est donc essentiel que vous soyez capable d'ajuster rapidement votre message en fonction des circonstances.
- **Après trois minutes, demandez aux participants s'ils ont pu identifier les quatre parties du message.** Puis, félicitez le participant qui s'est prêté au jeu et demandez-lui de rester au devant de la salle.
- **Répétez cet exercice avec le participant en place jouant maintenant le rôle de décideur et un autre participant délivrant un message de sensibilisation.**
- **Continuez ainsi, en donnant au moins l'occasion à trois personnes de communiquer leurs messages.**
- **Faites le bilan en posant les questions suivantes :**
 - Quel était l'aspect le plus difficile pour vous ?
 - Avoir un message préparé vous a-t-il aidé ou gêné, et comment ?
 - Y a-t-il des choses que vous n'avez pas pu dire ?
 - Avez-vous modifié votre message après avoir entendu les autres participants livrer leur message ?
 - Y a-t-il des messages qui vous ont particulièrement marqué(e) et pourquoi ?



PAUSE

15 h–15 h 15 (15 minutes)



Écrivez « **MESSAGERS DE SENSIBILISATION** » en haut du tableau de conférence. Demandez aux participants de lancer des idées sur les types de personnes ou d'organisation à qui ils pourraient demander de servir de messagers pour leur problème. Écrivez leurs réponses sur le tableau à feuilles, assurez-vous qu'ils comprennent :

- PDG
- Célébrités
- Professionnels de santé
- Représentants d'associations professionnelles
- Experts techniques de votre organisation
- Membres du conseil
- Intervenants
- Scientifiques/chercheur/universitaires
- Responsables de grandes associations d'intérêts
- Bénéficiaires de programmes
- Patients
- Journalistes
- Donateurs
- Électeurs/concitoyens
- Responsables d'affaires
- Fonctionnaires
- Politiciens
- Parents ou conjoints de personnes ayant souffert d'une maladie particulière
- Vous !

➤ Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :

- ★ Qui délivre votre message est tout aussi important que ce que vous choisissez de dire. Un bon message transmis par un mauvais messager ne sera pas convaincant.
- ★ Les messagers peuvent être des personnes, des groupes ou des organisations. De même que votre message, votre messager peut changer en fonction du décideur que vous ciblez et de ses principaux intérêts.

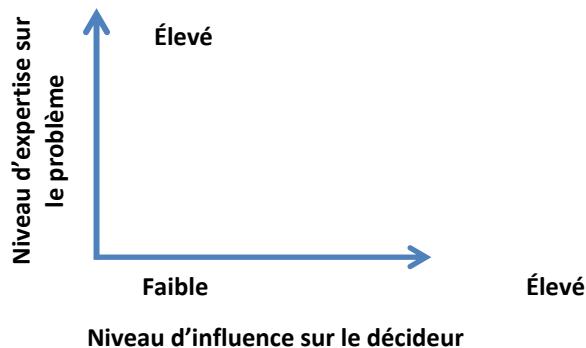


Passez en revue la diapositive sur les messagers parfaits.

- Les messagers doivent être divers. Avoir un certain nombre de messagers représentant toute une diversité de milieux professionnels et personnels.
- Les messagers peuvent représenter toute une série de niveaux hiérarchiques. Choisissez des messagers dont le niveau hiérarchique correspondant à celui du décideur que vous ciblez. Vous ne devrez pas toujours recourir au président de votre organisation pour communiquer votre message ; c'est une bonne idée de repérer plusieurs messagers à différents niveaux hiérarchiques.
- Les messagers doivent être de bons orateurs publics. Vos messagers doivent être capables de s'exprimer de manière confiante, simple, et facile à comprendre pour les décideurs.
- Les messagers doivent soutenir votre but de sensibilisation. Les messagers doivent être des personnes qui partagent déjà votre avis et que vous n'avez pas besoin de convaincre pour transmettre votre message.



Dévoilez le tableau de conférence avec le graphique suivant :



➤ **Expliquez que les meilleurs messagers possèdent deux qualités essentielles :**

- **Influence auprès du décideur qui vous intéresse** : Votre messager peut avoir facilement accès au décideur et jouit d'une crédibilité auprès de lui. C'est une personne que votre décideur écoutera probablement.
- **Niveau d'expertise du problème** : Votre messager connaît le problème et peut en parler facilement. Cela ne signifie pas qu'il soit un expert technique, mais qu'il peut s'exprimer avec crédibilité sur le problème en raison de son expérience. Par exemple, un patient serait considéré comme un expert en raison de l'expérience qu'il a de sa propre maladie.

- **Expliquez qu'il est possible d'utiliser une grille pour représenter le niveau d'influence et d'expertise des différents messagers pour vous aider à en choisir un.** Il est préférable de choisir des messagers se trouvant en haut à droite (influence élevée et expertise élevée)
- **Demandez aux participants de nommer trois messagers différents pouvant être efficaces auprès de leurs décideurs cible.** Si possible nommez des personnes spécifiques. Écrivez leurs noms dans la marge du tableau de conférence.
- **Aidez chaque participant à représenter chaque décideur sur le graphique.**
- **Rappelez aux participants que leur messager idéal doit se trouver dans la partie supérieure droite.** Faites le point avec le participant en lui posant des questions comme :
- La représentation des messagers sur le graphique a-t-elle modifié votre opinion sur la personne que vous pourriez choisir ?
- **Si le temps le permet, répétez l'exercice avec d'autres participants.**

ÉTAPE 8.



ACTIVITÉ : TRAVAIL EN PETITS GROUPES

20 minutes

- Renvoyez les participants à la *Feuille d'exercices - Partie 9 : Identifier les messages de sensibilisation*.

Feuille d'exercices - Partie 9 : Identifier les messagers de sensibilisation

Écrivez le nom d'un des décideurs clés dans le cercle à gauche. Indiquez trois messagers potentiels pour ce décideur. Soyez aussi spécifique que possible. Placez ensuite les messagers potentiels sur la grille, en fonction de leur expertise et de leur influence, et sélectionnez votre messager de premier choix. Les messagers idéals se trouvent dans le coin supérieur droit. Tout comme votre message, votre messager changera probablement en fonction du décideur que vous ciblez et de ses principaux intérêts. Vous aurez peut-être besoin de plusieurs copies de cette feuille d'exercices pour remplir un diagramme et une grille pour chaque décideur.

	Élevé
Faible	

Niveau d'expertise sur le problème

Niveau d'influence sur le décideur cible

Élevé

Faible

MESSAGERS POTENTIELS :

1.
2.
3.

MESSAGER PRIORITAIRE :

- Donnez les instructions suivantes :

- Écrivez le nom d'un des décideurs clés dans le cercle à gauche.
- Indiquez trois messagers potentiels pour ce décideur. Soyez spécifique.
- Représentez les éventuels messagers sur la grille en fonction de leur expertise et influence. Utilisez les résultats pour sélectionner ensuite un messager prioritaire.
- Si aucun de vos messagers ne se trouve dans la partie en haut à droite, choisissez des nouveaux messagers. Vous aurez peut-être besoin de plusieurs copies de cette feuille d'exercices pour remplir un diagramme et une grille pour chaque décideur.

- Animez une courte discussion en posant des questions incitatives comme :

- Qui avez-vous choisi comme messager principal et pourquoi ?
- Les messagers soutiennent-ils votre but de sensibilisation ?
- Sont-ils des orateurs performants ?
- Avez-vous supprimé certains messagers après les avoir représentés sur la grille ?

ÉTAPE 9.

ALLER DE L'AVANT !

- Félicitez les participants d'avoir terminé la partie 9.
- Sur le tableau de conférence intitulé « Les dix parties », cochez la partie 9.
- Expliquez que la dernière partie consiste à élaborer un plan pour mesurer les progrès et évaluer de l'efficacité des stratégies.

Objectifs de la séance



Après cette séance, les participants seront en mesure :

- de faire la différence entre les indicateurs de réalisations et de résultats.
- d'élaborer des indicateurs permettant de mesurer les progrès vers la réalisation d'un but de sensibilisation.

16 h–17 h
Une heure

Matériel

- Papier pour tableaux à feuilles, chevalets, marqueurs, ruban adhésif
- Diapositives PowerPoint
- Feuille d'exercices - Partie 10 : Planification des mesures de la réussite

PRÉPARATION

- ✓ Chargez les diapositives.

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Introduire la séance

5 minutes

- Expliquez que les intervenants concentrent souvent leurs efforts sur la réussite d'un élément principal : obtenir le changement de politique souhaité (leur but de sensibilisation). Cependant, les changements et les mises en œuvre politiques peuvent prendre beaucoup de temps. La dernière partie d'une stratégie consiste à planifier l'évaluation des progrès vers la réalisation du but final.
- Énoncez les objectifs de la séance :

Après cette séance, vous serez capables :

- de faire la différence entre les indicateurs de réalisations et de résultats
- d'élaborer des indicateurs permettant d'évaluer les progrès vers votre but de sensibilisation.

ÉTAPE 2. Rôle des mesures

10 minutes

- Demandez aux participants de former des petits groupes et de prendre cinq minutes pour lancer des idées sur les raisons principales de mesurer le travail de sensibilisation.



Notez une réponse par équipe sur le tableau à feuilles jusqu'à ce que toutes les idées aient été présentées. Soulignez ces raisons dans la discussion :

- Permettre d'ajuster les stratégies de sensibilisation durant leur mise en œuvre.
- Répondre aux changements dans un contexte plus large.
- Démontrer la valeur du travail de sensibilisation en faveur d'un problème ou une cause.
- Guider la planification du futur travail de sensibilisation.
- Mobiliser des ressources supplémentaires.
- Comptabiliser le financement et démontrer les résultats.
- Vous motiver à poursuivre vos efforts.

ÉTAPE 3. Réalisations et résultats

15 minutes

- **Expliquez que pour démontrer le succès et les progrès de votre but de sensibilisation, il est utile de définir et de suivre les « réalisations » et les « résultats ».**



Passez en revue la diapositive sur les réalisations.

Effets directs :

- Éléments prouvant que les activités que vous avez planifiées ont effectivement été réalisées.
- Généralement quantitatifs. (Les grandes quantités ne sont pas forcément meilleures. Par exemple, une seule réunion peut être suffisante pour toucher le décideur clé).
- Mesure de la productivité. Par exemple :
 - Réunions avec les décideurs.
 - Communiqués de presse publiés.
 - Partenaires ayant participé à des réunions de coalition.



Demandez un participant d'énumérer les réalisations possibles pour sa stratégie de sensibilisation et notez-les sur le tableau à feuilles. Rappelez aux participants que les effets directs doivent comprendre leurs initiatives de sensibilisation prévues. Vos effets directs doivent évaluer ce que vous avez dit que vous allez faire. Les réponses possibles peuvent comprendre :

- Nbre de participation à des réunions.
- Nbre de publications écrites.
- Nbre de communiqués de presse publiés.



Passez en revue les diapositives des résultats.

Résultats :

- Effets ou changements perçus suite à l'activité.
- Mesures prises par les décideurs d'autres personnes.
- Quantitatifs ou qualitatifs.
- Mesure de l'efficacité.



Demandez un participant d'énumérer les résultats possibles de sa stratégie de sensibilisation et notez ses réponses sur le tableau à feuilles. Les réponses possibles comprennent :

- Augmentation des financements publics.
- Changements des lois, règlements, politiques et plans.
- Déclarations publiques de soutien des décideurs.
- Problème évoqué dans plusieurs médias.

➤ Si nécessaire, posez des questions comme :

- Quels changements ou effets avez-vous observés à la suite de ces initiatives ?
- Comment un décideur peut-il montrer son engagement envers votre but de sensibilisation ?

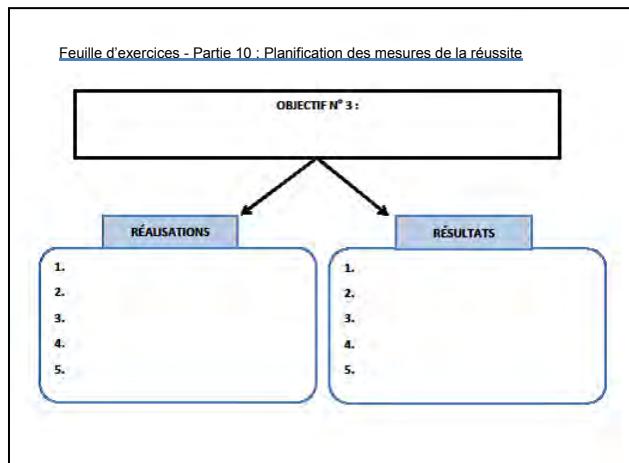
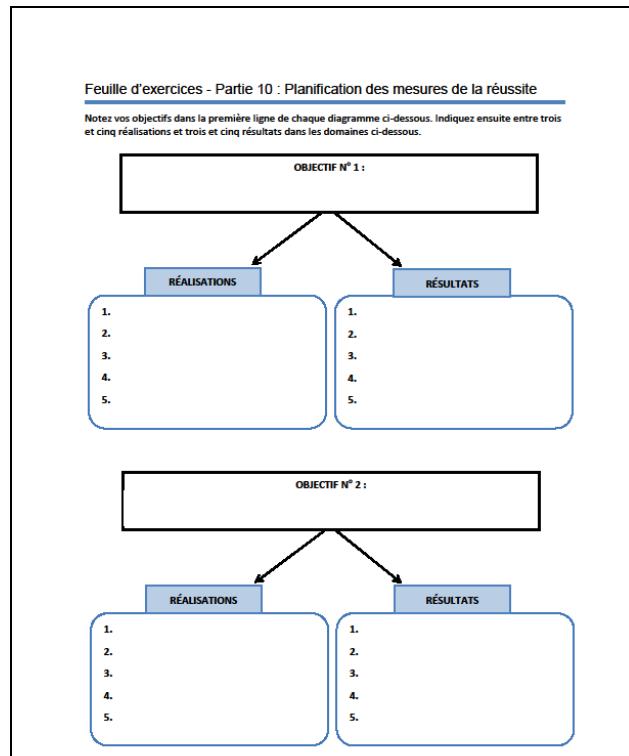
➤ **Insistez sur les POINTS CLÉS suivants :**

- ★ Les réalisations et les résultats sont les réponses à deux questions différentes :
 - Avons-nous mis mené l'initiative ? (réalisations)
 - Quels sont les effets de ces initiatives ? (résultats)
- ★ Les résultats d'un effort de sensibilisation sont souvent difficiles à mesurer. Le processus de sensibilisation est complexe, implique de nombreux acteurs et est très dynamique. Il peut être particulièrement difficile de déterminer dans quelle mesure votre organisation ou vos efforts de sensibilisation ont exercé une influence, de même qu'il est difficile d'avoir un quelconque contrôle sur le changement ou la mise en œuvre des politiques.
- ★ Pour cette raison, il est important de bien comprendre ce que vous espérez accomplir et d'avoir une idée de comment évaluer vos progrès.
- ★ Il peut être difficile d'établir un lien entre les résultats et vos efforts de sensibilisation spécifiques, dans la mesure où des actions et initiatives collectives sont souvent nécessaires pour pousser un décideur à agir. Vous ne saurez pas toujours directement comment une initiative particulière a contribué aux actions menées. Il est important de raisonner en termes de contribution, plutôt que d'attribution.

(suite page suivante)

ÉTAPE 4. ACTIVITÉ : TRAVAIL EN PETITS GROUPES *30 minutes*

- Renvoyez les participants à la *Feuille d'exercices - Partie 10 : Planification des mesures de la réussite*.



- **Donnez les instructions suivantes :**
 - Écrivez les objectifs de votre plan d'action sur la ligne supérieure de chacun des graphiques ci-dessous.
 - Indiquez ensuite entre trois et cinq réalisations et trois et cinq résultats en dessous.
- **Après 20 minutes, demandez à chaque groupe d'écrire les réalisations et résultats de sa stratégie sur le tableau à feuilles et de les présenter à l'ensemble du groupe.** Exposez brièvement vos observations à propos des listes.

ÉTAPE 5. **ALLER DE L'AVANT !**

- **Sur le tableau de conférence intitulé « Les dix parties », cochez la dixième partie.**
- **Félicitez chacun des participants d'avoir terminé les dix parties de leur stratégie de sensibilisation politique et pour leur participation active à l'atelier.**

SÉANCE DE CLÔTURE



Objectifs de la séance

Après cette séance, les participants seront en mesure :

- de déterminer les prochaines étapes à suivre pour mettre en place leur stratégie de sensibilisation
- d'évaluer l'atelier.

17 h–17 h 30

30 minutes

Matériel

- Papier pour tableaux à feuilles, chevalets, marqueurs, ruban adhésif
- Évaluations finales
- Certificats d'achèvement du programme

PRÉPARATION

- ✓ Signature des certificats de d'achèvement du programme.

ANIMER LA SÉANCE

ÉTAPE 1. Évaluation finale et clôture

30 minutes

- **Distribuez les copies de l'évaluation finale.** Laissez du temps aux participants pour la remplir.
- **Remettez un certificat d'achèvement du programme** à chaque participant à l'atelier.
- **Invitez les participants, animateurs et autres personnes à émettre des remarques de conclusion** et clôturez l'atelier.
- **Remerciez les participants pour leur présence** et pour leur participation active, et souhaitez-leur tout le succès possible dans leurs efforts de sensibilisation.

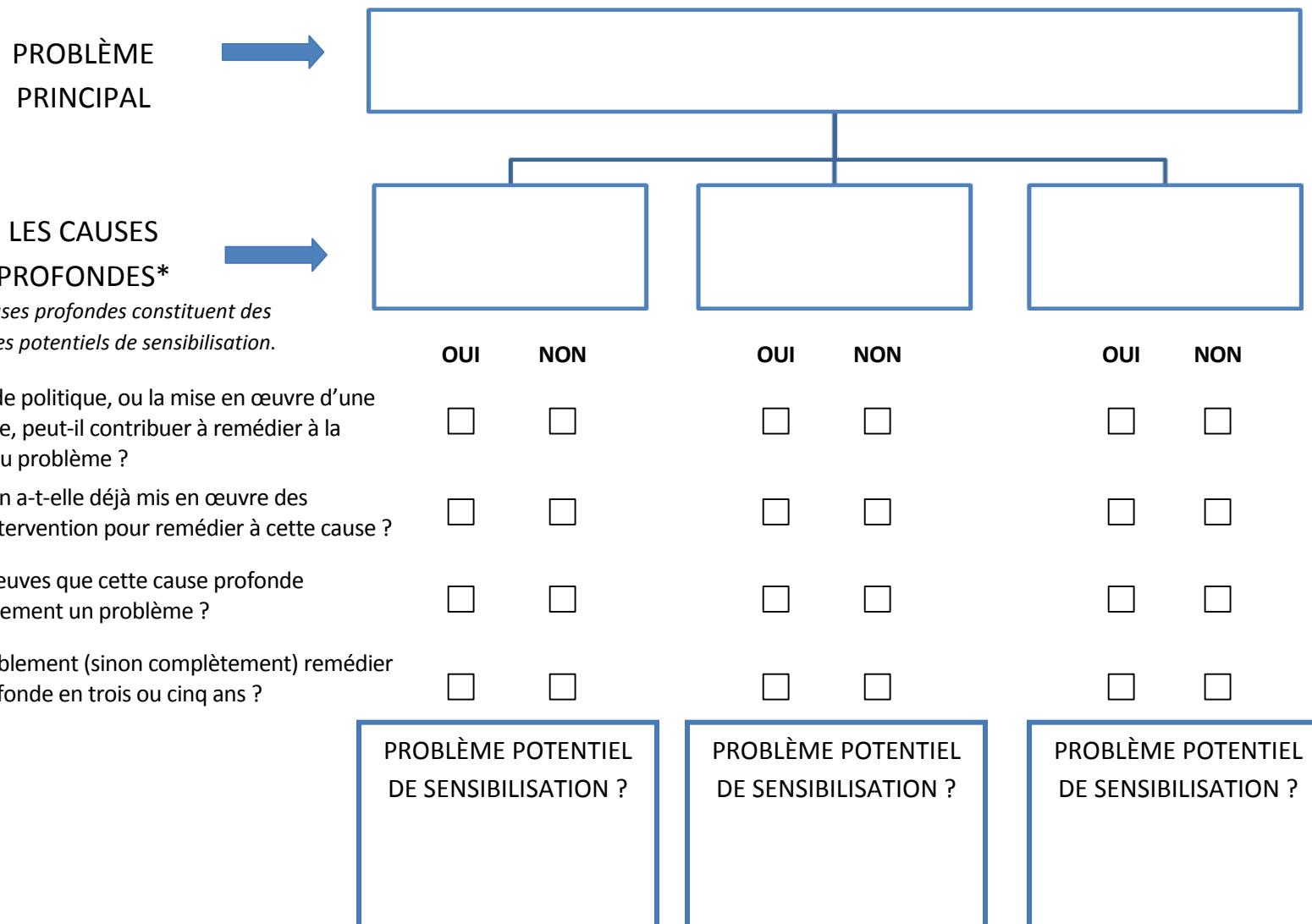
FIN DE L'ATELIER

ANNEXE 1 : FEUILLES D'EXERCICES

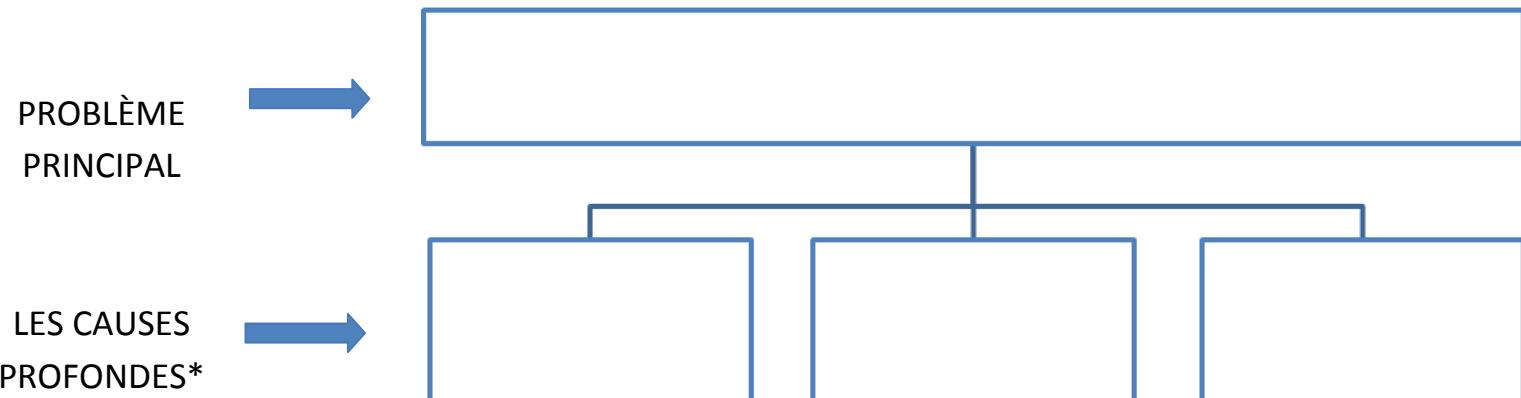
- Feuille d'exercices - Partie 1 : Identifier les problèmes potentiels de sensibilisation
- Feuille d'exercices - Partie 1 : Identifier les problèmes potentiels de sensibilisation (duplicata)
- Feuille d'exercices - Partie 1 : Choisir un problème de sensibilisation
- Feuille d'exercices - Partie 2 : Identifier les buts potentiels de sensibilisation
- Feuille d'exercices - Partie 2 : Identifier les buts potentiels de sensibilisation (duplicata, facultatif)
- Feuille d'exercices - Partie 2 : Établir les priorités entre les buts de sensibilisation (facultatif)
- Feuille d'exercices - Partie 2 : Constituer un dossier de preuves (facultatif)
- Feuille d'exercices - Partie 2 : Constituer un dossier de preuves (duplicata, facultatif)
- Feuille d'exercices - Partie 3 : Identifier les décideurs
- Feuille d'exercices - Partie 3 : Identifier les influenceurs
- Feuille d'exercices - Partie 4 : Identifier les principaux intérêts des décideurs
- Feuille d'exercices - Partie 5 : Faire face à l'opposition
- Feuille d'exercices - Partie 5 : Surmonter les obstacles
- Feuille d'exercices - Partie 6 : Faire l'inventaire des atouts et des lacunes
- Feuille d'exercices - Partie 7 : Sélectionner vos partenaires de sensibilisation
- Feuille d'exercices - Partie 8 : Élaborer vos objectifs de sensibilisation
- Feuille d'exercices - Partie 8 : Établir un plan d'action
- Feuille d'exercices - Partie 8 : Établir un plan d'action (duplicata)
- Feuille d'exercices - Partie 8 : Établir un plan d'action (duplicata)
- Feuille d'exercices - Partie 9 : Formuler des messages de sensibilisation
- Feuille d'exercices - Partie 9 : Formuler des messages de sensibilisation (duplicata)
- Feuille d'exercices - Partie 9 : Formuler des messages de sensibilisation (duplicata)
- Feuille d'exercices - Partie 9 : Identifier les messagers de sensibilisation
- Feuille d'exercices - Partie 9 : Identifier les messagers de sensibilisation (duplicata)
- Feuille d'exercices - Partie 9 : Identifier les messagers de sensibilisation (duplicata)
- Feuille d'exercices - Partie 10 : Planification des mesures de la réussite
- Modèle de stratégie de sensibilisation (facultatif)

Feuille d'exercices - Partie 1 : Identifier les problèmes potentiels de sensibilisation

Inscrivez le problème principal que vous souhaitez aborder dans la case supérieure, et deux ou trois causes à la source de ce problème dans les cases en dessous. Répondez ensuite aux quatre questions pour chaque cause à la source du problème. Si vous avez coché « oui » aux quatre questions, inscrivez la cause profonde dans la case inférieure intitulée « Problème potentiel justifiant un effort de sensibilisation ». À ce stade, vous pourriez avoir identifié plusieurs causes profondes justifiant le recours à la sensibilisation ; vous pourrez comparer et choisir entre ces différentes causes en utilisant une autre feuille d'exercices. Si vous n'avez pas encore identifié au moins deux causes profondes justifiant le recours à la sensibilisation, retournez la feuille de travail et recommencez l'exercice en choisissant un autre problème principal.



Feuille d'exercices - Partie 1 : Identifier les problèmes potentiels de sensibilisation (duplicata)



*Les causes profondes constituent des problèmes potentiels de sensibilisation.

Un changement de politique, ou la mise en œuvre d'une politique existante, peut-il contribuer à remédier à la cause profonde du problème ?

OUI

NON

OUI

NON

OUI

NON

Votre organisation a-t-elle déjà mis en œuvre des programmes d'intervention pour remédier à cette cause ?

OUI

OUI

OUI

NON

Avez-vous des preuves que cette cause profonde constitue véritablement un problème ?

OUI

OUI

OUI

NON

Peut-on raisonnablement (sinon complètement) remédier à cette cause profonde en trois ou cinq ans ?

OUI

OUI

OUI

NON

PROBLÈME POTENTIEL DE SENSIBILISATION ?

PROBLÈME POTENTIEL DE SENSIBILISATION ?

PROBLÈME POTENTIEL DE SENSIBILISATION ?

Feuille d'exercices - Partie 1 : Choisir un problème de sensibilisation

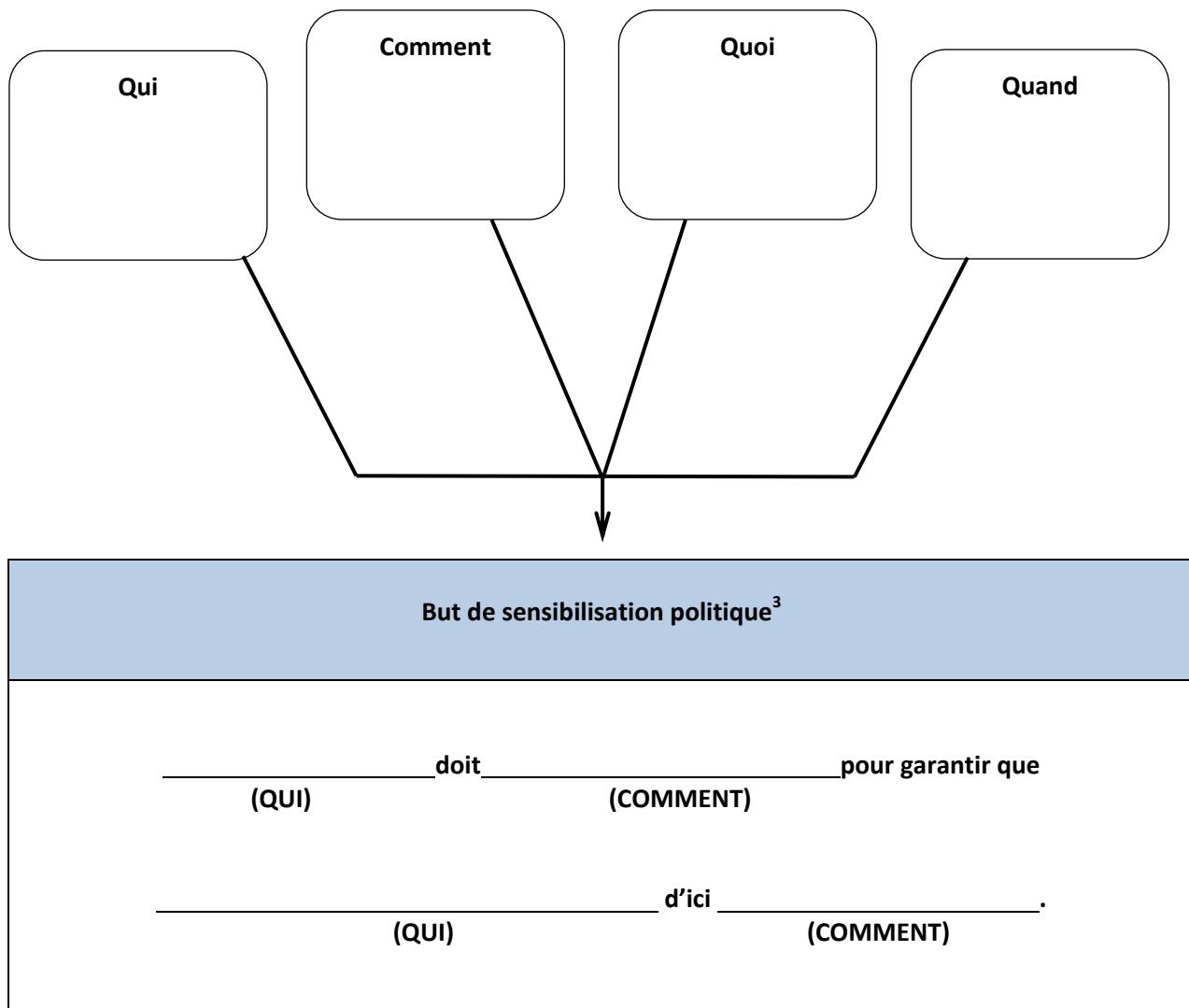
Notez vos problèmes potentiels de sensibilisation indiqués sur la feuille d'exercices précédente sur la ligne supérieure. Attribuez un score élevé, moyen ou faible à chaque problème potentiel, en fonction des critères de la colonne de gauche. Faites ensuite la somme des scores élevés, moyens et faibles pour chaque problème. Bien qu'il n'y ait pas de règle absolue, le problème ayant le plus de scores élevés et moyens correspond généralement à l'effort de sensibilisation qui a le plus chances d'avoir un impact et de réussir. Si les différents problèmes ont un score similaire, choisissez celui que vous préférez comme centre de votre stratégie de sensibilisation. Le problème que vous choisirez deviendra le centre de la stratégie de sensibilisation que vous élaborerez à partir de maintenant.

Critères	Problème 1 :	Problème 2 :	Problème 3 :
Le problème choisi est clair et précis.	<input type="checkbox"/> Élevé (très clair et précis) <input type="checkbox"/> Moyen (assez clair et précis) <input type="checkbox"/> Faible (peu clair et précis)	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Il existe des données qualitatives et quantitatives prouvant que c'est un problème.	<input type="checkbox"/> Élevé (fortes preuves) <input type="checkbox"/> Moyen (quelques preuves) <input type="checkbox"/> Faible (aucune/peu de preuves)	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Il y a un potentiel de partenariat entre les organisations, dirigeants et parties prenantes d'influence.	<input type="checkbox"/> Élevé (nombreux partenaires) <input type="checkbox"/> Moyen (quelques partenaires) <input type="checkbox"/> Faible (aucun partenaire)	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Il existe une volonté politique de résoudre le problème.	<input type="checkbox"/> Élevé (favorable) <input type="checkbox"/> Moyen (neutre) <input type="checkbox"/> Faible (opposé)	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Votre organisation peut apporter une expérience ou une expertise particulière.	<input type="checkbox"/> Élevé (expertise particulière) <input type="checkbox"/> Moyen (expertise assez particulière) <input type="checkbox"/> Faible (expertise commune à de nombreuses autres organisations)	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Votre organisation possède des ressources de sensibilisation pour résoudre le problème.	<input type="checkbox"/> Élevé (nombreuses ressources) <input type="checkbox"/> Moyens (quelques ressources) <input type="checkbox"/> Faible (pas de ressources)	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Le but comporte peu, voire	<input type="checkbox"/> Élevé (pas de risque)	<input type="checkbox"/> Élevé	<input type="checkbox"/> Élevé

pas, de risques pour votre organisation.	<input type="checkbox"/> Moyen (risque faible) <input type="checkbox"/> Faible (risque important)	<input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible	<input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Le changement politique ou une autre mesure aura probablement un impact important sur le problème.	<input type="checkbox"/> Élevé (impact important) <input type="checkbox"/> Moyen (impact moyen) <input type="checkbox"/> Faible (pas d'impact)	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Possibilité de réussite d'ici trois à cinq ans.	<input type="checkbox"/> Élevé (très probable) <input type="checkbox"/> Moyen (possible/peut-être) <input type="checkbox"/> Faible (improbable)	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Totaux	Nbre de scores élevés ____ Nbre de scores moyens ____ Nbre de scores faibles ____	Nbre de scores élevés ____ Nbre de scores moyens ____ Nbre de scores faibles ____	Nbre de scores élevés ____ Nbre de scores moyens ____ Nbre de scores faibles ____
Problème de sensibilisation final :			

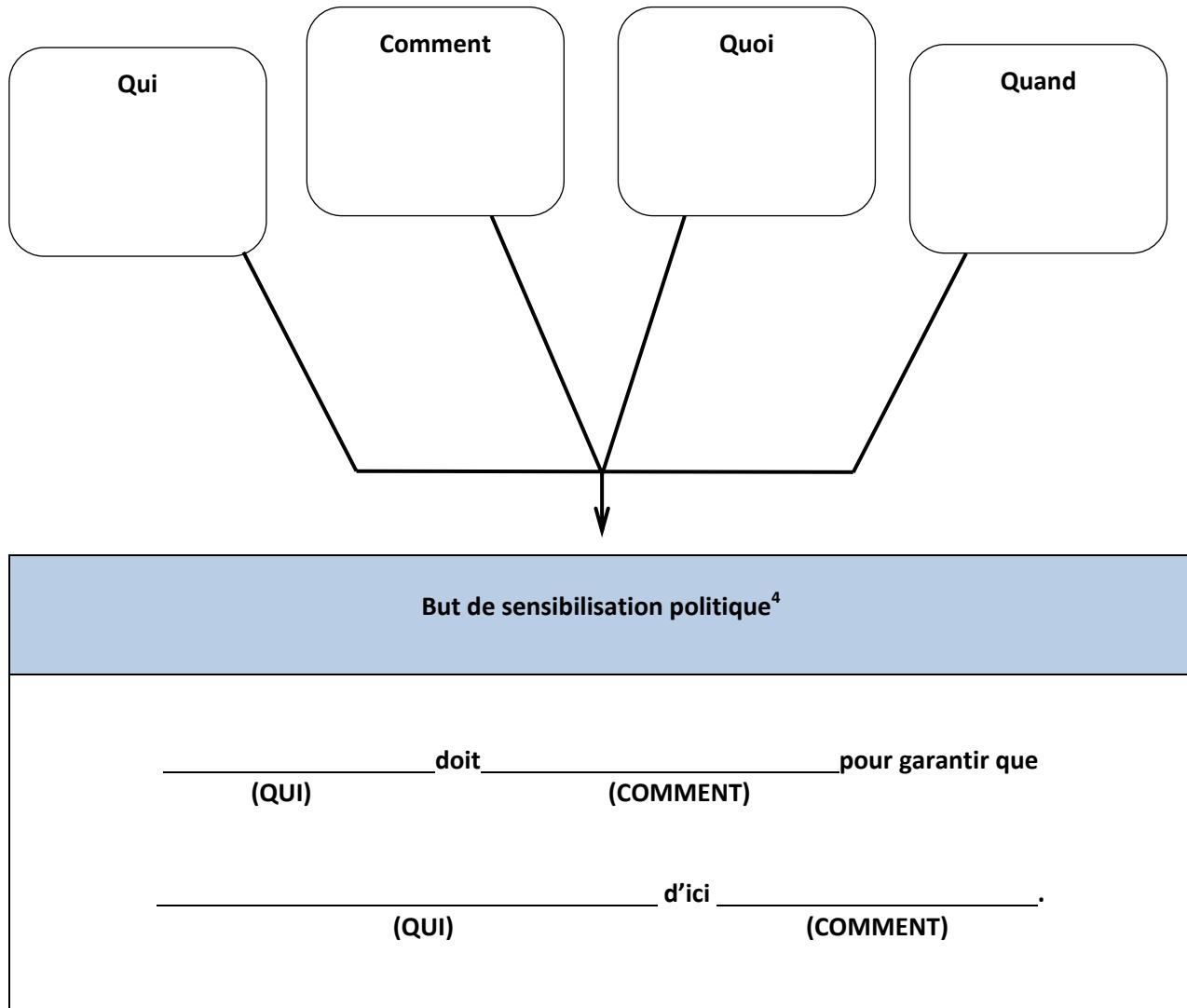
Feuille d'exercices - Partie 2 : Identifier les buts potentiels de sensibilisation

En vous basant sur le problème de sensibilisation que vous avez identifié dans la première partie, remplissez les cases pour définir un but potentiel de sensibilisation. Dans la case « quoi », décrivez brièvement le changement que vous souhaitez. Dans la case « comment », inscrivez la mesure spécifique pouvant être prise par une institution décisionnaire pour que le changement que vous souhaitez se concrétise. Pour vous aider à identifier le « comment », nous vous conseillons de revenir aux différents types de changement et mise en œuvre politiques décrits dans la section « Qu'est-ce que la sensibilisation politique ? ». Un type de mesure politique spécifique s'applique-t-il à votre situation ? Ensuite, dans la case « qui », inscrivez le nom de l'institution décisionnaire ayant l'autorité d'effectuer le changement que vous souhaitez. Dans la case « quand », inscrivez la date limite à laquelle vous souhaiteriez voir cette mesure mise en place. Puis, remplissez les espaces vides ci-dessous avec les informations correspondantes indiquées dans les cases. Cela vous permettra d'énoncer de manière concise votre but de sensibilisation.



³Tel est l'ordre suggéré pour combiner les quatre parties en un énoncé de but de sensibilisation ; vous pouvez cependant assembler ces parties dans un ordre différent.

Feuille d'exercices - Partie 2 : Identifier les buts potentiels de sensibilisation (facultatif)



⁴ Tel est l'ordre suggéré pour combiner les quatre parties en un énoncé de but de sensibilisation ; vous pouvez cependant assembler ces parties dans un ordre différent.

Feuille d'exercices - Partie 2 : Établir les priorités entre les buts de sensibilisation (facultatif)

Si vous avez deux buts de sensibilisation possibles, inscrivez chacun d'eux dans la rangée supérieure. Attribuez ensuite un score élevé, moyen ou faible à chaque but en fonction des critères de la colonne de gauche. Faites le total des scores élevés, moyens et faibles pour déterminer le but ayant le plus de chance de réussite à ce moment-là (celui qui a le plus de scores élevés et moyens). Sélectionnez le but de votre choix et inscrivez-le comme but final en bas de la feuille d'exercices.

Critères	But 1 :	But 2 :
Le but est spécifique et précis.	<input type="checkbox"/> Élevé (très clair et précis) <input type="checkbox"/> Moyen (assez clair et précis) <input type="checkbox"/> Faible (peu clair et précis)	<input type="checkbox"/> Élevé (très clair et précis) <input type="checkbox"/> Moyen (assez clair et précis) <input type="checkbox"/> Faible (peu clair et précis)
Des données qualitatives et quantitatives existent pour prouver que le but contribuera à remédier au problème.	<input type="checkbox"/> Élevé (fortes preuves) <input type="checkbox"/> Moyen (quelques preuves) <input type="checkbox"/> Faible (aucune/peu de preuves)	<input type="checkbox"/> Élevé (fortes preuves) <input type="checkbox"/> Moyen (quelques preuves) <input type="checkbox"/> Faible (aucune/peu de preuves)
Il y a un potentiel de partenariat entre les organisations, dirigeants et parties prenantes d'influence.	<input type="checkbox"/> Élevé (nombreux partenaires) <input type="checkbox"/> Moyen (quelques partenaires) <input type="checkbox"/> Faible (aucun partenaire)	<input type="checkbox"/> Élevé (nombreux partenaires) <input type="checkbox"/> Moyen (quelques partenaires) <input type="checkbox"/> Faible (aucun partenaire)
Il y aura une volonté politique pour traiter le problème en atteignant ce but.	<input type="checkbox"/> Élevé (favorable) <input type="checkbox"/> Moyen (neutre) <input type="checkbox"/> Faible (opposé)	<input type="checkbox"/> Élevé (favorable) <input type="checkbox"/> Moyen (neutre) <input type="checkbox"/> Faible (opposé)
Votre organisation peut apporter une expérience ou une expertise particulière.	<input type="checkbox"/> Élevé (expertise particulière) <input type="checkbox"/> Moyen (expertise assez particulière) <input type="checkbox"/> Faible (expertise commune à de nombreuses autres organisations)	<input type="checkbox"/> Élevé (expertise particulière) <input type="checkbox"/> Moyen (expertise assez particulière) <input type="checkbox"/> Faible (expertise commune à de nombreuses autres organisations)
Le but comporte peu, voire pas, de risques pour votre organisation.	<input type="checkbox"/> Élevé (pas de risque) <input type="checkbox"/> Moyen (risque faible) <input type="checkbox"/> Faible (risque important)	<input type="checkbox"/> Élevé (pas de risque) <input type="checkbox"/> Moyen (risque faible) <input type="checkbox"/> Faible (risque important)

Critères	But 1 :	But 2 :
Le but politique aura probablement un impact important sur le problème.	<input type="checkbox"/> Élevé (impact important) <input type="checkbox"/> Moyen (impact moyen) <input type="checkbox"/> Faible (pas d'impact)	<input type="checkbox"/> Élevé (impact important) <input type="checkbox"/> Moyen (impact moyen) <input type="checkbox"/> Faible (pas d'impact)
Possibilité de réussite d'ici trois à cinq ans.	<input type="checkbox"/> Élevé (très probable) <input type="checkbox"/> Moyen (possible/peut-être) <input type="checkbox"/> Faible (improbable)	<input type="checkbox"/> Élevé (très probable) <input type="checkbox"/> Moyen (possible/peut-être) <input type="checkbox"/> Faible (improbable)
Totaux	Nbre de scores élevés ____ Nbre de scores moyens ____ Nbre de scores faibles ____	Nbre de scores élevés ____ Nbre de scores moyens ____ Nbre de scores faibles ____
But de sensibilisation politique cible		

Feuille d'exercices - Partie 2 : Constituer un dossier de preuves (facultatif)

Utiliser le tableau ci-dessous pour créer un dossier de preuves afin d'étayer le problème que vous souhaitez aborder et la solution proposée. Inscrivez le titre ou la référence complète de votre source d'information dans la colonne A. Classez ensuite la preuve en fonction de sa nature (qualitative ou quantitative ; primaire ou secondaire) dans la colonne B. Dans la colonne C, résumez les principales conclusions de la source d'information qui appuient votre but de sensibilisation. Dans la colonne D, indiquez comment ces informations pourraient être utilisées dans le cadre de vos efforts de sensibilisation (p. ex., en les incluant dans des fiches de données ou en les communiquant lors de réunions avec des décideurs).

Feuille d'exercices - Partie 2 : Constituer un dossier de preuves (facultatif)

Feuille d'exercices - Partie 3 : Identifier les décideurs

En commençant par la colonne A, énumérez les différentes catégories de décideurs qui sont pertinentes dans le cadre de votre stratégie de sensibilisation. Selon votre centre d'intérêt, vous pourrez avoir plusieurs ou une seule catégorie. Ensuite, dans la colonne B, écrivez les noms ou fonctions spécifiques des décideurs individuels les plus pertinents dans cette catégorie.

A. Catégories de décideurs	B. Décideurs spécifiques
	1. 2. 3.
	1. 2. 3.
	1. 2. 3.

Feuille d'exercices - Partie 3 : Identifier les influenceurs

Sélectionnez les trois décideurs cités sur la feuille d'exercices précédente et inscrivez-les dans la colonne grisée. Puis, dans la colonne A, identifiez les catégories potentielles d'influenceurs auprès de chaque décideur individuel. Puis, dans la colonne B, indiquez de façon spécifique jusqu'à trois personnes exerçant une grande influence, dans chaque catégorie.

Décideurs (de la feuille d'exercices précédente)	A. Catégories d'influenceurs	B. Influenceurs spécifiques
1.		1.
		2.
		3.
		1.
		2.
		3.
2.		1.
		2.
		3.
		1.
		2.
		3.
3.		1.
		2.
		3.
		1.
		2.
		3.

Feuille d'exercices - Partie 4 : Identifier les principaux intérêts des décideurs

Dans la colonne grisée, inscrivez jusqu'à trois décideurs parmi ceux indiqués sur la feuille d'exercices de la troisième partie. Identifier les décideurs. Classez le niveau de prise de conscience et la position de chaque décideur par rapport à votre problème/but à l'aide des listes de vérification fournies dans les colonnes A et B. Identifiez ensuite deux principaux intérêts de chaque décideur et notez-les dans la colonne C.

Décideurs clés (de la partie 3)	A. Conscience du problème	B. Position à l'égard du problème	C. Principaux intérêts du décideur
	<input type="checkbox"/> Non conscient <input type="checkbox"/> Conscient, mais non informé <input type="checkbox"/> Conscient, mais mal informé <input type="checkbox"/> Conscient et bien informé	<input type="checkbox"/> Très favorable <input type="checkbox"/> Peu favorable <input type="checkbox"/> Non engagé <input type="checkbox"/> Fermement opposé	1. 2.
	<input type="checkbox"/> Non conscient <input type="checkbox"/> Conscient, mais non informé <input type="checkbox"/> Conscient, mais mal informé <input type="checkbox"/> Conscient et bien informé	<input type="checkbox"/> Très favorable <input type="checkbox"/> Peu favorable <input type="checkbox"/> Non engagé <input type="checkbox"/> Fermement opposé	1. 2.
	<input type="checkbox"/> Non conscient <input type="checkbox"/> Conscient, mais non informé <input type="checkbox"/> Conscient, mais mal informé <input type="checkbox"/> Conscient et bien informé	<input type="checkbox"/> Très favorable <input type="checkbox"/> Peu favorable <input type="checkbox"/> Non engagé <input type="checkbox"/> Fermement opposé	1. 2.
	<input type="checkbox"/> Non conscient <input type="checkbox"/> Conscient, mais non informé <input type="checkbox"/> Conscient, mais mal informé <input type="checkbox"/> Conscient et bien informé	<input type="checkbox"/> Très favorable <input type="checkbox"/> Peu favorable <input type="checkbox"/> Non engagé <input type="checkbox"/> Fermement opposé	1. 2.

Feuille d'exercices - Partie 5 : Faire face à l'opposition

Dans la colonne A, indiquez entre deux et quatre opposants potentiels à votre but de sensibilisation, qu'il s'agisse de personnes ou de groupes. Dans la colonne B, identifiez leurs raisons possibles de s'opposer à vous. Dans la colonne C, classez le niveau d'influence sur les décideurs clés. Dans la colonne D, notez tout argument ou tactique utilisés par l'opposition pour promouvoir son point de vue. Enfin, dans la colonne E, énumérez les façons d'atténuer leur influence. Des recherches supplémentaires pourraient être nécessaires pour remplir cette feuille d'exercices.

A. Opposants	B. Motif de l'opposition	C. Niveau d'influence sur les décideurs	D. Arguments et tactiques d'opposition connus	E. Moyen d'atténuer leur influence
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible, nul	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible, nul	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible, nul	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible, nul	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Feuille d'exercices - Partie 5 : Surmonter les obstacles

Indiquez votre but de sensibilisation politique dans la bulle située à l'extrême droite. Notez ensuite deux ou trois obstacles que vous êtes susceptible de devoir affronter pour atteindre ce but. Dans la bulle en dessous, notez des idées qui vous permettraient de surmonter chaque obstacle.

OBSTACLE N° 1

OBSTACLE N° 2

OBSTACLE N° 3

BUT DE LA
SENSIBILISATION
POLITIQUE :

STRATÉGIES POUR CONTOURNER CES OBSTACLES:

Feuille d'exercices - Partie 6 : Inventaire des atouts et lacunes des efforts de sensibilisation

La colonne A répertorie diverses compétences, expertises et ressources utiles pour les activités de sensibilisation politique. Dans la colonne B, indiquez les personnes ou le matériel spécifiques existant dans votre organisation, le cas échéant. Dans la colonne C, évaluez ensuite le niveau de disponibilité de cette ressource pour la sensibilisation (élevé, moyen, faible). En fonction de vos évaluations, sélectionnez vos trois meilleurs atouts et vos trois plus grandes lacunes.

A. Compétences, expertise, et ressources	B. Personnes ou matériel spécifiques (Noms des personnes, services, etc.)	C. Quel est le niveau de disponibilité de cette ressource en faveur de la sensibilisation ?
Disponibilité du personnel pour travailler à la sensibilisation		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Personnel pouvant jouer le rôle de porte-parole d'influence		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Relations du personnel avec les décideurs		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Relations du personnel avec les médias		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Niveau d'expertise en communication et relations avec les médias (p. ex. synthèse de politique, lettres au rédacteur en chef)		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Niveau d'expertise en formation de coalition		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Niveau d'expertise en mobilisation communautaire et sociale		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible

Feuille d'exercices - Partie 6 : Inventaire des atouts et lacunes des efforts de sensibilisation

A. Compétences, expertise, et ressources	B. Personnes ou matériel spécifiques <i>(Noms des personnes, services, etc.)</i>	C. Dans quelle mesure cette ressource peut-elle être utilisée à des fins de sensibilisation ?
Niveau d'expertise en communication sur Internet		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Niveau d'expertise en analyse et/ou élaboration de politiques		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Niveau de familiarisation avec le processus politique		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Niveau des preuves en faveur la solution politique		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible
Niveau de financement (actuel ou probable)		<input type="checkbox"/> Élevé <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Faible

Trois meilleurs ATOUTS :

Trois plus grosses LACUNES :

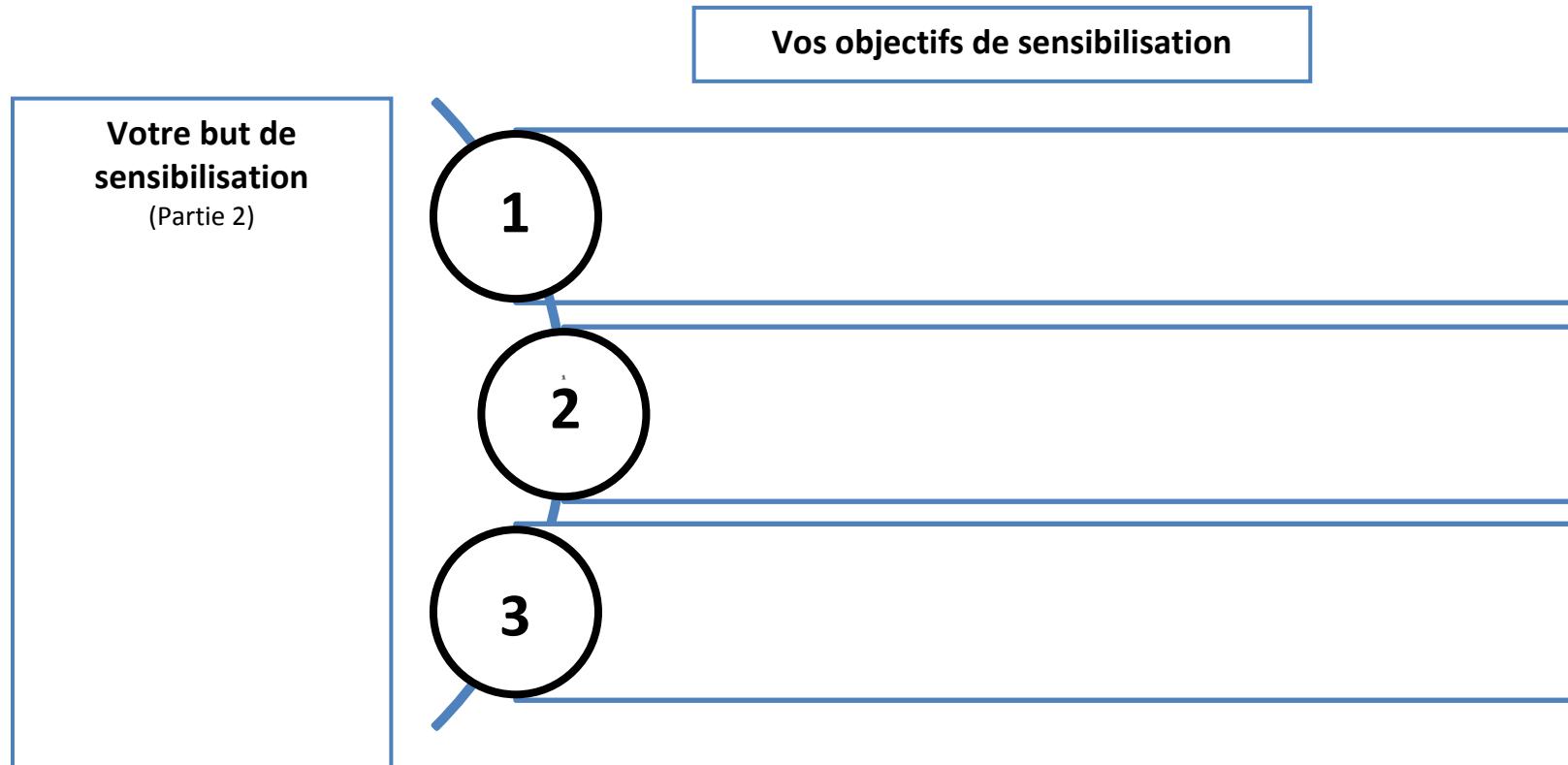
Feuille d'exercices - Partie 7 : Sélectionner vos partenaires de sensibilisation

Indiquez entre trois et cinq partenaires potentiels de votre sensibilisation politique sur la première rangée. Il peut s'agir d'organisations, de personnes, d'alliances et de coalitions. En commençant avec le premier partenaire et en continuant vers le bas, indiquez deux ou trois raisons stratégiques pour lesquelles choisir ce partenaire, ainsi que tout risque potentiel lié à ce partenariat. Enfin, indiquez comment vous aimerez collaborer avec chaque partenaire.

	Partenaire potentiel :				
Raisons stratégiques d'établir un partenariat					
Risques potentiels					
Collaboration anticipée					

Feuille d'exercices - Partie 8 : Élaborer vos objectifs de sensibilisation

Notez votre but de sensibilisation de la deuxième partie dans la case de gauche. Élaborez au moins trois objectifs de sensibilisation pour ce but. Rappelez-vous qu'un bon objectif de sensibilisation comporte les éléments suivants : qui, quoi et quand. Un objectif doit également être SMART : spécifiques, mesurable, atteignable, en rapport avec le problème et limité dans le temps.



Feuille d'exercices - Partie 8 : Établir un plan d'action de sensibilisation

Dans la première ligne de chaque tableau, indiquez l'un de vos objectifs indiqué sur la feuille d'exercices précédente. Pour chaque objectif, inscrivez dans la colonne A deux à quatre initiatives que vous mènerez pour l'atteindre. Dans les colonnes B et C, indiquez le personnel et les partenaires spécifiques qui mèneront chaque initiative. Dans les colonnes D et E, estimez le coût et le temps approximatifs de chaque initiative.

OBJECTIF N° 1				
A. Initiative	B. Personnel responsable	C. Partenaire(s)	D. Coût	E. Déroulement

Feuille d'exercices - Partie 8 : Établir un plan d'action de sensibilisation

OBJECTIF N° 2				
A. Initiative	B. Personnel responsable	C. Partenaire(s)	D. Coût	E. Déroulement

Feuille d'exercices - Partie 8 : Établir un plan d'action de sensibilisation

OBJECTIF N° 3				
A. Initiative	B. Personnel responsable	C. Partenaire(s)	D. Coût	E. Déroulement

Feuille d'exercices - Partie 9 : Formuler des messages de sensibilisation

Dans les cases supérieures, indiquez le nom des décideurs clés et l'un de leurs principaux intérêts. Répondez aux quatre questions dans les bulles correspondant au décideur sélectionné. Combinez ensuite les réponses pour créer un message convaincant et concis dans la case inférieure. Vous aurez peut-être besoin de plusieurs copies de cette feuille d'exercices pour remplir un tableau pour chaque décideur. Si les décideurs ont des intérêts similaires, il n'est pas nécessaire de remplir plusieurs tableaux.

Décideur :	Intérêt principal :
------------	---------------------

1. Quel est le problème ?

2. Pourquoi le décideur doit-il se préoccuper de ce problème ?

3. Quelle est la solution proposée et quel est son impact probable sur le problème ?

4. Que voulez-vous que le décideur fasse exactement ?

5. Combinez les quatre parties en un message de sensibilisation convaincant et concis :

Feuille d'exercices - Partie 9 : Formuler des messages de sensibilisation

Décideur :	Intérêt principal :
------------	---------------------

1. Quel est le problème ?

2. Pourquoi le décideur doit-il se préoccuper de ce problème ?

3. Quelle est la solution proposée et quel est son impact probable sur le problème ?

4. Que voulez-vous que le décideur fasse exactement ?

5. Combinez les quatre parties en un message de sensibilisation convaincant et concis :

Feuille d'exercices - Partie 9 : Formuler des messages de sensibilisation

Décideur :	Intérêt principal :
------------	---------------------

1. Quel est le problème ?

2. Pourquoi le décideur doit-il se préoccuper de ce problème ?

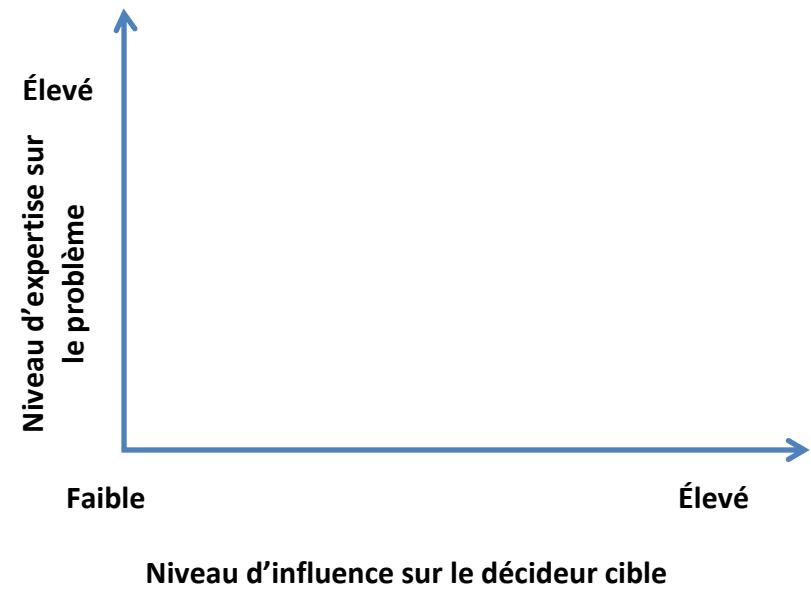
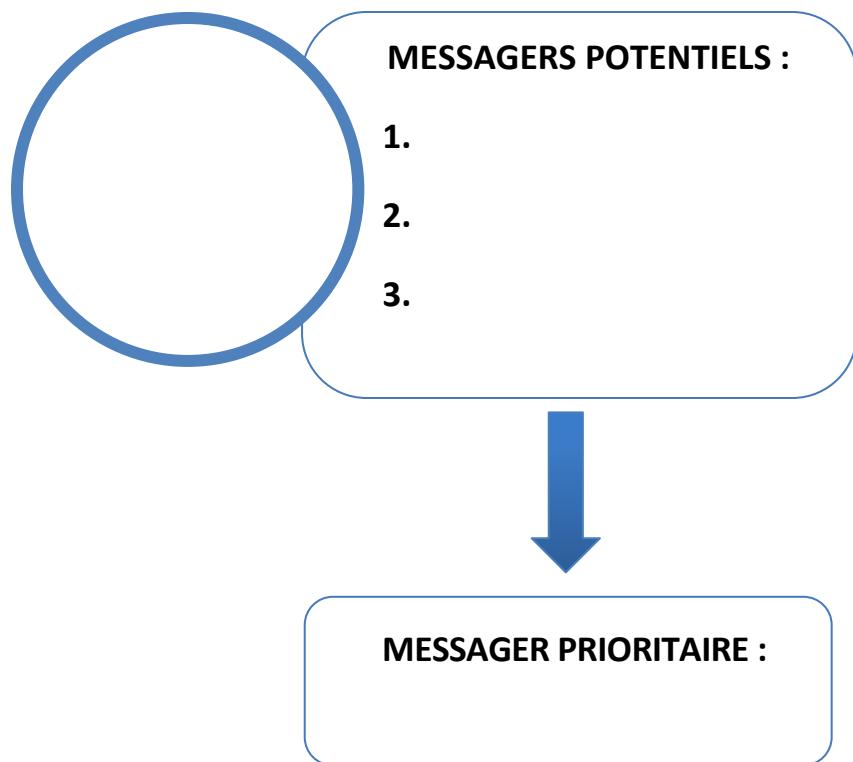
3. Quelle est la solution proposée et quel est son impact probable sur le problème ?

4. Que voulez-vous que le décideur fasse exactement ?

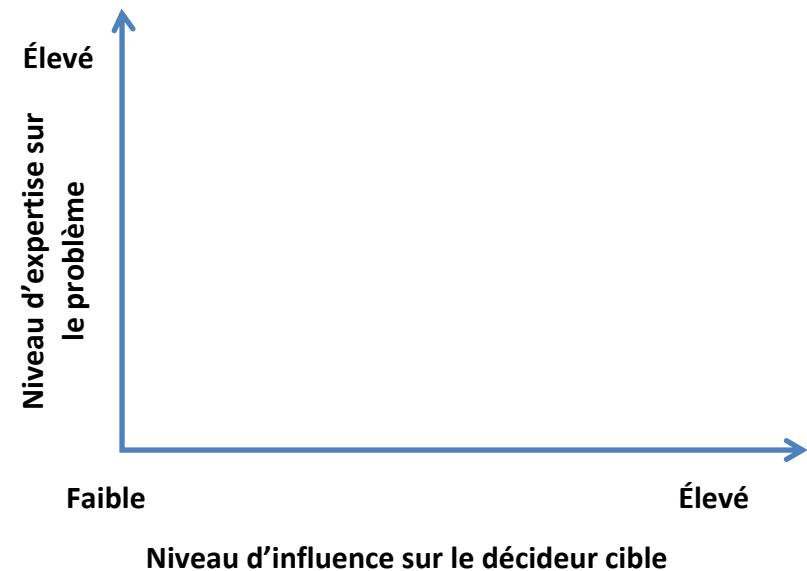
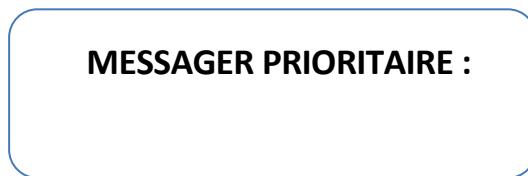
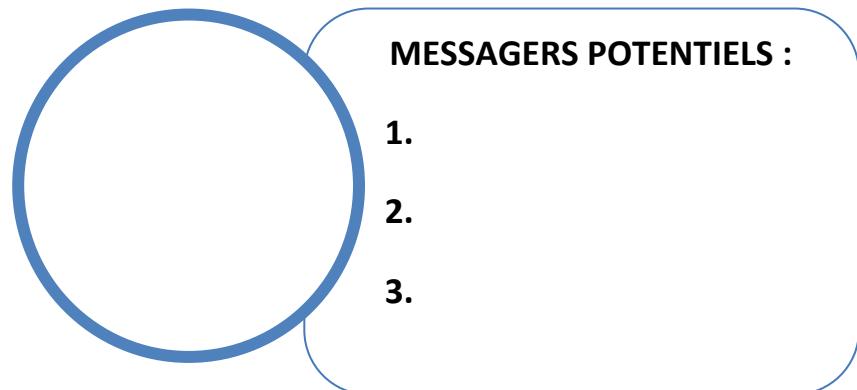
5. Combinez les quatre parties en un message de sensibilisation convaincant et concis :

Feuille d'exercices - Partie 9 : Identifier les messagers de sensibilisation

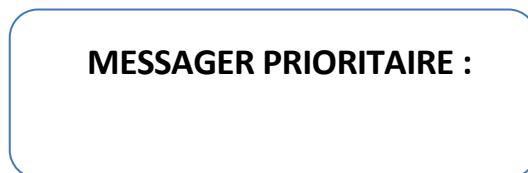
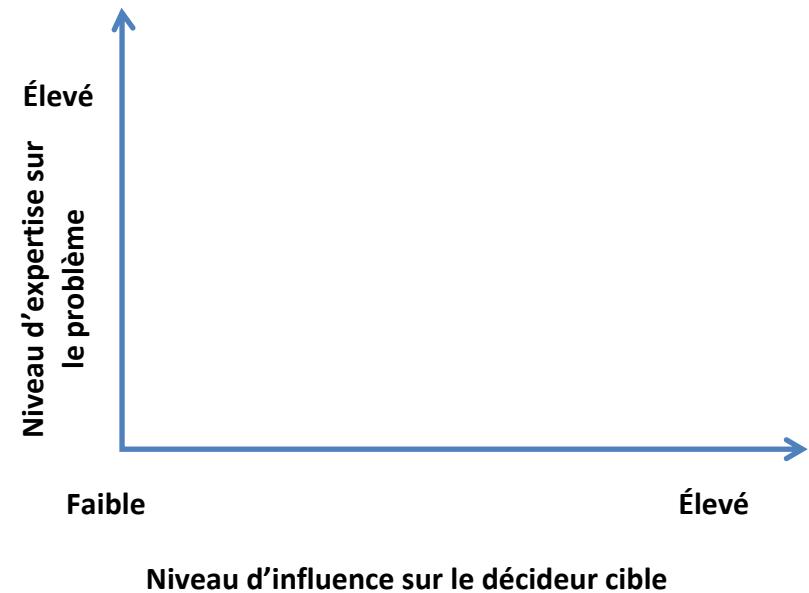
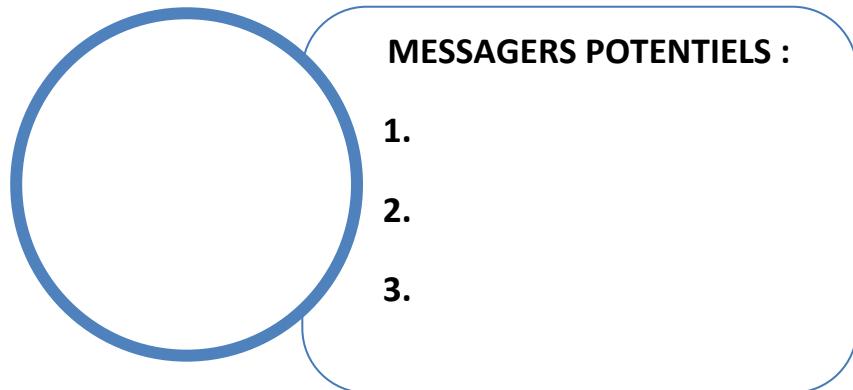
Écrivez le nom d'un des décideurs clés dans le cercle à gauche. Indiquez trois messagers potentiels pour ce décideur. Soyez aussi spécifique que possible. Placez ensuite les messagers potentiels sur la grille, en fonction de leur expertise et de leur influence, et sélectionnez votre messager de premier choix. Les messagers idéals se trouvent dans le coin supérieur droit. Tout comme votre message, votre messager changera probablement en fonction du décideur que vous ciblez et de ses principaux intérêts. Vous aurez peut-être besoin de plusieurs copies de cette feuille d'exercices pour remplir un diagramme et une grille pour chaque décideur.



Feuille d'exercices - Partie 9 : Identifier les messagers de sensibilisation

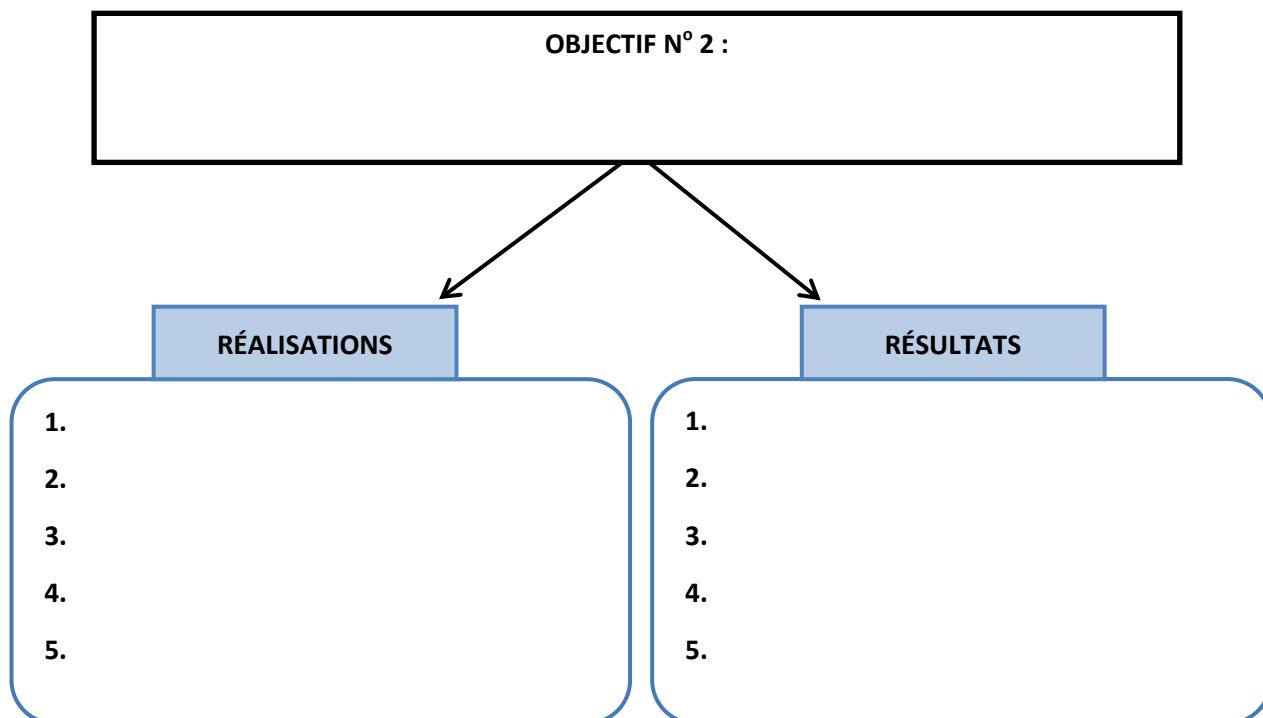
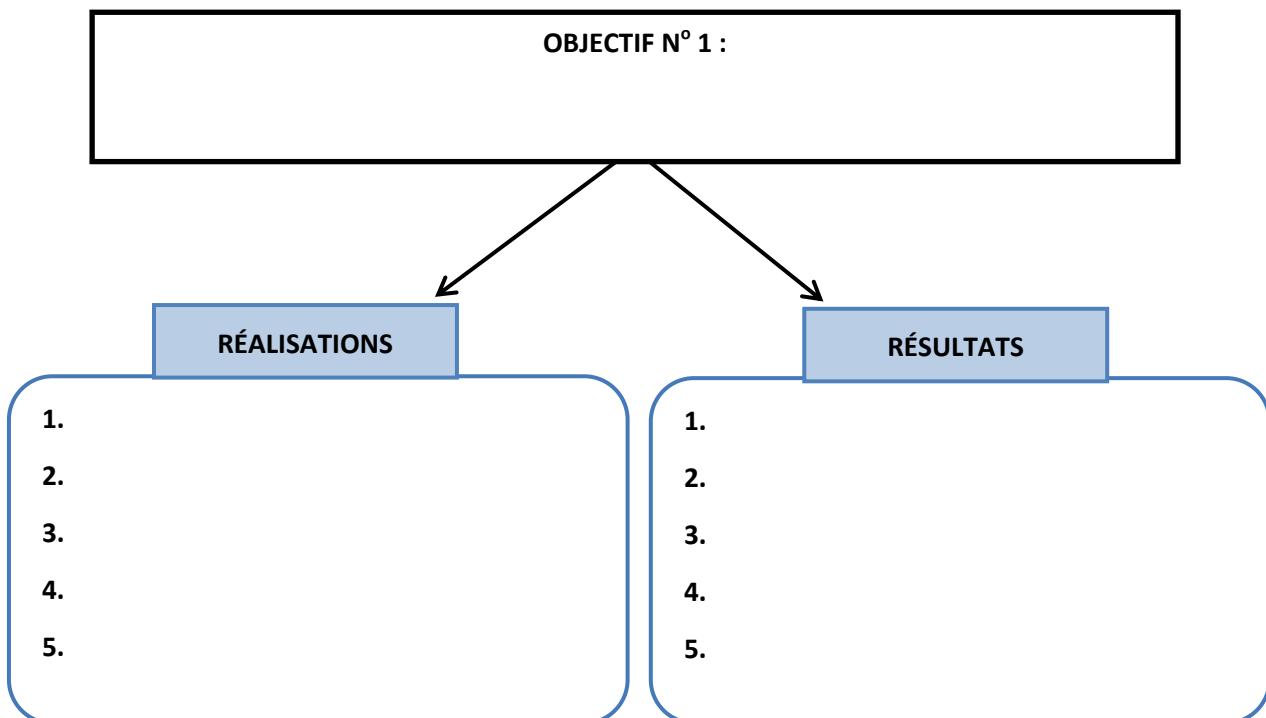


Feuille d'exercices - Partie 9 : Identifier les messagers de sensibilisation

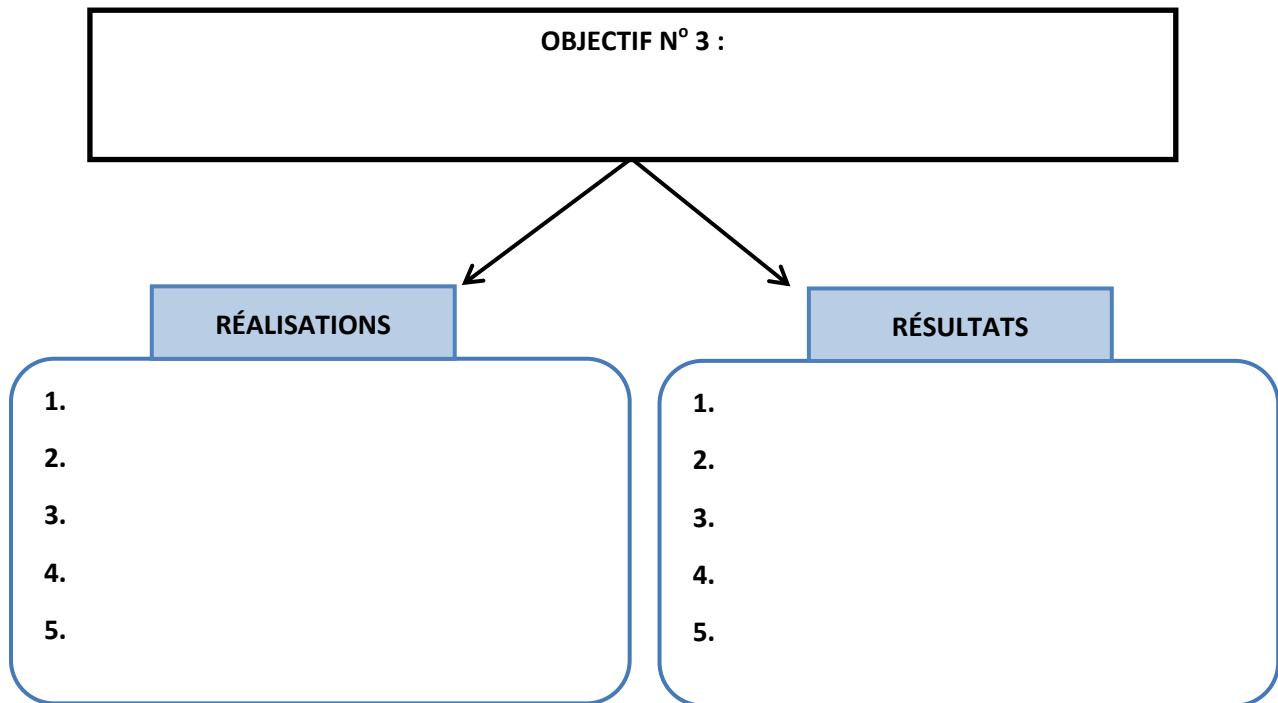


Feuille d'exercices - Partie 10 : Planification des mesures de la réussite

Notez vos objectifs dans la première ligne de chaque diagramme ci-dessous. Indiquez ensuite entre trois et cinq réalisations et trois et cinq résultats dans les domaines ci-dessous.



Feuille d'exercices - Partie 10 : Planification des mesures de la réussite



**Nous vous félicitons d'avoir achevé l'élaboration de votre
stratégie de sensibilisation !**

Modèle de stratégie de sensibilisation

**Ce modèle constitue une ressource facultative pouvant être utilisée pour synthétiser le travail fait sur chacune des feuilles d'exercices en un document stratégique sommaire, facile à consulter.*

BUTS ET OBJECTIFS
Le but de sensibilisation est au cœur de la stratégie et décrit le résultat global visé par le projet, moyennant un changement ou la mise en œuvre de politiques. Les objectifs de sensibilisation sont les étapes intermédiaires nécessaires pour atteindre ce but global et se concentrent sur ce que les réalisations permettront d'accomplir.
But de sensibilisation
Objectifs connexes

DECIDEURS ET INFLUENCEURS	
Les décideurs sont des personnes ayant le pouvoir de vous donner ce que vous voulez — ce sont eux qui peuvent approuver ou rejeter votre proposition. Les influenceurs sont les personnes ou les groupes qui peuvent avoir un impact significatif sur les actions, les opinions ou le comportement des décideurs. Ensemble, ces groupes sont les principales cibles de la stratégie de sensibilisation.	
Décideurs	Principaux influenceurs
1)	1)
2)	2)
3)	3)
4)	4)
5)	5)

OPPOSITION ET OBSTACLES
Il pourrait y avoir des foyers de résistance contre le but de sensibilisation politique visé par votre projet et ce, en raison de priorités ou programmes rivaux ou d'inquiétudes en rapport aux financements, aux capacités et au moment opportun. Il est indispensable d'identifier les foyers de résistance potentiels (personnes ou groupes) qui peuvent avoir un impact réel sur le résultat, ainsi que les stratégies permettant de les atténuer.

Résistants potentiels

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)

Stratégies d'atténuation

-
-
-
-

PARTENAIRES

Les partenaires sont les groupes d'intérêts, les ONG, les entités du secteur privé, les organisations multilatérales ou les coalitions d'importance cruciale qui travaillent actuellement sur le problème et avec lesquels la coordination et la collaboration permettront d'avancer vers les résultats souhaités.

Partenaires potentiels

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)

Rôles anticipés des partenaires

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)

TACTIQUES

Les tactiques sont les initiatives et stratégies spécifiques qui permettront d'influencer les cibles clés afin de soutenir les objectifs et, à terme, le but de l'effort de sensibilisation.

Objectif 1 :

-
-
-
-
-

Objectif 2 :

-
-
-
-
-

Objectif 3 :
■
■
■
■
■
Objectif 4 :
■
■
■
■
■

INDICATEURS
Pour démontrer le succès et les progrès du but de sensibilisation, faites le suivi des réalisations — mesures de productivité/des initiatives — et des résultats — effets ou changements découlant des tactiques.
Indicateurs illustrant les réalisations
1) 2) 3) 4) 5)
Indicateurs illustrant les résultats
1) 2) 3) 4) 5)

ANNEXE 2 : MATÉRIEL DES ACTIVITÉS

- Études de cas avec les réponses (Introduction aux dix parties)
 1. Action pour la santé reproductive chez les adolescents
 2. Coalition d'action pour l'accès à la névirapine
 3. Coalition pour la généralisation de la PCATST
 4. Coalition pour le contrôle de la maladie diarrhéique
 5. Coalition pour le dépistage du diabète chez les femmes
 6. Généraliser l'accès à la chlorhexidine
 7. Généraliser l'accès à la planification familiale
 8. Généraliser l'accès au misoprostol pour les hémorragies postpartum
 9. Soutien des scientifiques aux vaccins contre le paludisme
 10. Approche de marché globale pour la planification familiale
- Affichette « S'organiser » (Partie 4)
- Cartes de discussion avec les partenaires (Partie 7)
- Fiches Qualités des partenariats efficaces (Partie 7)
- Fiches Types de collaboration (Partie 7)
- Objectifs tirés d'études de cas (Partie 8)
- Fiches Qualités d'un message convaincant (Partie 9)

Étude de cas : Action pour la santé reproductive chez les adolescents*

Dans un pays X, les jeunes ont peu de ressources pour s'informer sur la santé sexuelle et reproductive. Le ministre de l'Éducation (ME) finance l'enseignement général sur la santé dans les écoles, mais aucun fonds n'a été consacré à la santé reproductive des adolescents. Pour remédier à ce problème, un groupe local de défenseurs de la santé a créé le réseau Action pour la santé reproductive des adolescents (ASRA) en vue d'inciter les pouvoirs publics du pays X à inclure l'éducation à la santé sexuelle et reproductive dans son programme scolaire national sur la santé.

Les professeurs soutenaient l'idée d'un enseignement sur la santé sexuelle et reproductive aux adolescents, pourtant le ME — qui devait agir — n'avait pas donné la priorité à ces sujets dans le programme scolaire national sur la santé. Pour savoir pourquoi, l'ASRA a organisé des réunions avec des représentants de l'État au niveau des provinces, des régions et des districts. Au cours de ces réunions, il est apparu que les responsables du ME n'avaient pas conscience du besoin de tels programmes et qu'en outre leur principal intérêt était de s'assurer que leurs actions soutenaient les besoins des élèves. De plus, les trois ministères du pays concernés par un tel programme — le ministère de l'Éducation, le ministère de la Santé et le ministère de la Parité, de la culture et de la protection sociale — ne disposaient pas d'une méthode systématique de traitement des problèmes interministériels.

L'ASRA a agi en partenariat avec les trois ministères pour établir un réseau ministériel et créer un dialogue interministériel, ce qui a constitué un pas vers le but visé. L'ASRA a également contribué à la création et administré de nouveaux comités interministériels nationaux, provinciaux et locaux au sein desquels le personnel du ME pouvait présenter les difficultés et les réussites. À travers toutes ces actions, l'ASRA s'est assurée que le thème du message transmis aux ministères était pertinent : toucher les jeunes avec des messages précis sur la santé sexuelle et reproductive les aide à prendre des décisions plus éclairées.

Bien que des personnes membres de l'ASRA aient des relations avec les fonctionnaires du ministère et la capacité d'organiser des réunions structurées avec les représentants du gouvernement, elles n'avaient aucune expérience quant au développement de programmes d'enseignement pour étudiants, ce qui était essentiel pour améliorer la prise de conscience et modifier les attitudes des décideurs vis-à-vis de l'enseignement sur la santé reproductive. L'ASRA a donc travaillé en partenariat avec des professeurs locaux dispensant l'enseignement sur la santé, des experts en formation et le personnel technique des ministères pour élaborer un programme scolaire portant sur la santé sexuelle et reproductive.

Finalement ces tactiques ont porté leurs fruits et ont encouragé l'État à intensifier son engagement et son financement de programmes portant sur la santé sexuelle et reproductive chez les jeunes dans le pays. Le ME a annoncé publiquement la création d'un comité interministériel permanent pour traiter les problèmes interministériels de façon systématique, ce qui a constitué un pas en direction d'un changement durable. Le ME a également consacré des fonds à l'éducation sur la santé sexuelle et reproductive et a intégré ce programme d'enseignement dans sa stratégie nationale d'éducation sanitaire —, action que l'ASRA a interprétée comme le meilleur signe de réussite.

*Cette étude de cas est inspirée d'événements réels. Elle a été adaptée pour illustrer comment le processus en dix parties peut être appliqué pour élaborer des stratégies de sensibilisation visant à améliorer la santé.

Étude de cas : Action pour la santé reproductive chez les adolescents

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	
Partie 2 But de sensibilisation	
Partie 3 Décideurs et influenceurs	
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	
Partie 5 Opposition et obstacles à la sensibilisation	
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	
Partie 9 Messages de sensibilisation	
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	

Action pour la santé reproductive chez les adolescents : réponses à l'étude de cas

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	Les jeunes ont peu de ressources pour s'informer sur la santé sexuelle et reproductive et le ME n'a pas consacré de fonds à l'éducation dans ce domaine.
Partie 2 But de sensibilisation	Inciter l'État à inclure une éducation à la santé sexuelle et reproductive dans son programme scolaire national d'éducation à la santé
Partie 3 Décideurs et influenceurs	Le décideur clé et le ministère de l'Éducation Les influenceurs sont le MS et le ministère de la Parité, de la Culture et de la Protection sociale.
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	Leur principal intérêt était de s'assurer que leurs actions soutiennent les besoins des étudiants.
Partie 5 Opposition et obstacles à la sensibilisation	Obstacle : Absence de traitement systématique des problèmes interministériels entre le ME, le MS et le ministère de la Parité, de la Culture et de la Protection sociale
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	Atouts : relations avec les fonctionnaires du ministère et capacité d'organiser des réunions structurées avec les représentants de l'État. Lacune : aucune expérience d'élaboration de programmes d'enseignement pour des élèves.
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	Représentants des trois ministères, enseignants locaux chargés de l'éducation dans le domaine de la santé, experts de formation et personnel technique.
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	Créer un réseau ministériel pour favoriser le dialogue interministériel. Organiser et servir de secrétariat pour les nouveaux comités interministériels nationaux, provinciaux et locaux. Élaborer un programme scolaire portant sur la santé sexuelle et reproductive pour améliorer la prise de conscience et changer l'attitude des représentants de l'État.
Partie 9 Messages de sensibilisation	Toucher les jeunes avec des messages précis sur la santé sexuelle et reproductive les aide à prendre des décisions plus éclairées.
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	Augmentation de l'engagement du gouvernement et de son financement des programmes portant sur la santé sexuelle et reproductive chez les jeunes. Le ME a alloué de l'argent pour l'éducation à la santé sexuelle et reproductive et a inclus le programme scolaire sur la santé sexuelle et reproductive dans sa stratégie nationale d'éducation à la santé Le ME a également annoncé publiquement la création d'un comité interministériel permanent pour traiter les problèmes interministériels de façon systématique.

Étude de cas : Coalition d'action pour l'accès à la névirapine*

La névirapine est un médicament majeur pour empêcher la transmission du VIH d'une mère à son enfant. Il est donné à la mère pendant l'accouchement et à l'enfant après la naissance. Bien que l'utilisation de la névirapine ait été approuvée par le Conseil de contrôle des médicaments (CCM) dans le pays X en 2001, le médicament n'était pas disponible partout ni utilisé dans les établissements de santé publics. Peu après l'autorisation de l'utilisation de la névirapine par le CCM, la Coalition d'action pour l'accès à la névirapine (CAAN) a commencé à élaborer une stratégie de sensibilisation pour inciter les pouvoirs publics du pays X à introduire une politique nationale de mise en œuvre et de normalisation de l'utilisation de la névirapine dans le secteur de la santé publique.

La CAAN savait que pour qu'une politique nationale soit mise en place, il fallait que la ministre de la Santé du pays prenne les choses en main. La CAAN savait que la ministre de la Santé était elle-même favorable à la politique nationale d'approvisionnement en névirapine, mais avait des inquiétudes quant aux coûts du programme. Cependant, la CAAN savait également que d'autres représentants importants du gouvernement étaient fermement convaincus que la mise en place d'un tel programme dépassait les capacités de l'État et ne soutiendraient pas un tel effort.

La CAAN a également identifié divers médias importants pouvant être intégrés dans un mécanisme de persuasion contribuant à augmenter la pression sur la ministre de la Santé pour qu'elle agisse. La collaboration avec les médias ciblés, comme le quotidien national et les émissions d'actualités quotidiennes à forte audience, a été un élément majeur des efforts de la CAAN pour attirer l'attention du ministère de la Santé (MS). Persuader des journalistes connus d'écrire sur le problème a été une étape déterminante pour atteindre le but ultime de changement de politique. La CAAN a fourni des témoignages de personnes confrontées aux dures réalités de la vie et a organisé des événements pour optimiser la couverture médiatique de la transmission du VIH de la mère à l'enfant et du manque de médicaments efficaces dans les établissements locaux. Lorsque c'était nécessaire, la CAAN a recruté des personnalités connues pour faire passer le message. Grâce à ces initiatives, elle a réussi à créer une équipe de « sympathisants » dans les médias pouvant contribuer à diffuser le message et leur demande d'action. Pendant le déroulement de toutes ces actions, la teneur des messages communiqués était toujours la même : *financer l'accès à la névirapine aujourd'hui permet de réaliser des économies à long terme*.

La CAAN savait qu'une de ses véritables forces réelles était sa capacité d'établir un réseau à la fois sur le terrain et sur le plan international avec des activistes contre le VIH et même des pays donateurs. Mais elle n'avait pas l'expérience des budgets nationaux de santé compliqués et de l'analyse complexe du coût de la santé. La CAAN a travaillé en partenariat avec des économistes experts de la santé et des professionnels médicaux pour rassembler des informations financières disponibles au grand public, issues de la revue financière du pays X de 2001. En rassemblant des preuves, la CAAN est parvenue à réfuter l'argument des pouvoirs publics sur le financement.

Aujourd'hui, le pays X a instauré l'un des plans d'accès à la névirapine les plus complets de la région et distribue à plus d'un million de personnes des médicaments pour le traitement du VIH permettant de sauver des vies, ce qui est une indication irréfutable du succès des efforts de sensibilisation de la CAAN. La stratégie de sensibilisation de la CAAN est perçue au niveau international comme une réussite majeure et la ministre de la Santé a déclaré publiquement à plusieurs reprises que cette coalition était un modèle d'intervention de la société civile dans la santé publique. La stratégie de sensibilisation de la CAAN a eu un impact important sur la modification des politiques du pays.

*Cette étude de cas est inspirée d'événements réels. Elle a été adaptée pour illustrer comment le processus en dix parties peut être mis en œuvre pour élaborer des stratégies de sensibilisation visant à améliorer la santé.

Étude de cas : Coalition d'action pour l'accès à la névirapine*

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	
Partie 2 But de sensibilisation	
Partie 3 Décideurs et influenceurs	
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	
Partie 5 Opposition et obstacles	
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	
Partie 9 Messages de sensibilisation	
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	

Coalition d'action pour l'accès à la névirapine : réponses à l'étude de cas

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	L'utilisation de la névirapine avait été approuvée, mais celle-ci n'était pas disponible partout ni utilisée dans les établissements publics de santé.
Partie 2 But de sensibilisation	Inciter les pouvoirs publics du pays X à introduire une politique nationale de mise en œuvre et de standardisation de l'utilisation de la névirapine dans le secteur de la santé publique.
Partie 3 Décideurs et influenceurs	Décideur : Ministre de la Santé (MS) du pays X Influenceur : Autres représentants de l'État, quotidiens, programmes d'actualités quotidiennes.
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	Coût
Partie 5 Opposition et obstacles	Autres représentants de l'État inquiets des coûts.
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	Atouts : Capacité à établir un réseau avec des activistes contre le VIH et même des pays donateurs, à la fois au niveau local et international. Lacunes : Manque d'expérience des budgets nationaux de santé compliqués et de l'analyse complexe du coût de la santé.
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	Économistes experts de la santé et professionnels médicaux.
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	Rassembler des données budgétaires issues de la Revue financière 2001 des pouvoirs publics. Collaborer avec divers médias par le biais d'événements planifiés et des témoignages de personnes confrontées aux dures réalités de la vie.
Partie 9 Messages de sensibilisation	Financer de la névirapine maintenant permet de réaliser des économies à long terme.
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	Le pays X possède un des plans d'accès à la névirapine les plus complets de la région et distribue des médicaments de traitement du VIH à plus d'un million de personnes. Le ministre de la Santé a reconnu la CAAN à plusieurs reprises dans des déclarations publiques et l'a cité comme un modèle d'intervention de la société civile dans la santé publique.

Étude de cas : Coalition pour la généralisation de la prise en charge active du troisième stade du travail (PCATST)*

Dans le pays X, comme dans de nombreux pays en développement, un grand nombre de femmes meurent d'hémorragie post-partum (HPP), ou de saignement excessif après la naissance. La prise en charge active du troisième stade du travail (PCATST) — qui prévoit l'administration d'un médicament, l'ocytocine — est une intervention réalisable à faible coût, fondée sur des données probantes pouvant empêcher les HPP et améliorer substantiellement la survie des femmes et de leurs enfants. En 2007, le ministère national de la Santé (MNS) a donné la priorité à la formation à la PCATST de toutes les accoucheuses qualifiées dans tout le pays. Cependant, les assistantes des sages-femmes (qui assistent à la plupart des naissances normales par voie vaginale dans les établissements du pays) n'avaient pas l'autorisation d'effectuer une PCATST ni d'administrer de l'ocytocine, parce qu'elles n'étaient pas considérées comme des accoucheuses qualifiées. Pour remédier à cette restriction, la coalition pour la généralisation de la PCATST, qui rassemble des associations à but non lucratif dans le domaine de la santé maternelle, a élaboré une stratégie de sensibilisation pour inciter l'État à revoir la politique nationale relative à la PCATST afin que les assistantes des sages-femmes soient prises en considération et incorporées au plan national de formation.

La CE.PCATST savait que pour que la politique nationale soit révisée, il fallait que le ministre de la Santé du pays prenne les choses en main. La CE.PCATST savait que le ministre de la Santé était lui-même à la formation de toutes les accoucheuses qualifiées à la PCATST, mais qu'il était préoccupé par le fait que les pouvoirs publics manquaient de données probantes indiquant que les assistantes des sages-femmes pouvaient effectuer cette intervention correctement. Le personnel technique travaillant pour le MNS y était opposé, parce qu'il craignait que les assistantes des sages-femmes utilisent l'ocytocine à d'autres fins. Ils étaient également inquiets à l'idée que les bailleurs de fonds puissent déplacer leur soutien vers la formation de soignants de niveau inférieur, avant d'avoir formé toutes les accoucheuses qualifiées.

Afin de fournir des preuves, s'appuyant sur des données locales, que la réalisation de la PCATST et l'administration d'ocytocine pouvaient être réalisées en toute sécurité par les assistantes des sages-femmes, la CE.PCATST a travaillé en partenariat avec les organisations communautaires et le ministère national de la Santé pour offrir à ces dernières une formation dans le cadre d'un projet de démonstration pilote. Obtenir l'approbation du ministère national de la Santé pour mener à bien ce projet pilote a été la première étape du changement de politique. La CE.PCATST savait qu'elle avait de bons rapports avec le ministre de la Santé et qu'elle serait en mesure de lui communiquer les données probantes de façon efficace. Mais elle n'avait aucune expérience de réalisation de projets de démonstration pour obtenir ces éléments probants. Elle a donc fait appel à une agence de développement international qui a fourni une assistance technique et donné de la crédibilité au projet.

L'étude de démonstration a révélé que les assistantes des sages-femmes pouvaient effectuer une PCATST de façon aussi compétente que les accoucheuses qualifiées, sans qu'aucun accroissement des complications à la naissance ne puisse leur être imputé. En réalisant ce projet pilote national, la CE.PCATST a pu obtenir les preuves nécessaires pour réfuter les arguments du personnel technique opposé à la généralisation de la politique nationale concernant la PCATST pour y inclure les assistantes des sages-femmes. Pour obtenir l'appui du ministre de la Santé et le convaincre de revoir la politique du ministère national de la Santé, la CE.PCATST a produit un rapport sur les politiques détaillant les résultats positifs du projet pilote et a appelé l'État à agir en conséquence. La CE.PCATST a présenté le rapport sur les politiques lors d'une séance d'information à laquelle ont assisté les services techniques de l'État. Plusieurs médias importants ont couvert la séance d'information, ce qui a eu pour effet d'accroître la pression sur le ministre de la Santé pour qu'il agisse. Pendant ce temps, les scientifiques ont veillé à ce que la teneur du message soit toujours la même : *Les assistantes des sages-femmes*

peuvent administrer de l'ocytocine en toute sécurité et effectuer une PCATST correctement pour réduire de façon efficace la mortalité maternelle liée aux hémorragies post-partum.

Suite à ces efforts, le ministère national de la Santé a révisé sa politique pour inclure les assistantes des sages-femmes dans la formation et l'exécution de la PCATST. Le ministre de la Santé a reconnu publiquement le rôle joué par la CE.PCATST dans la généralisation de la PCATST à plus de 95 % des sites concernés par le projet au niveau national, ce que les intervenants ont considéré comme un indicateur de réussite. Finalement, l'incidence de l'HPP a diminué de façon importante dans tout le pays. La stratégie de sensibilisation de la CE.PCATST est considérée au niveau international comme une grande réussite et a été reproduite dans d'autres pays.

**Cette étude de cas est inspirée d'évènements réels. Elle a été adaptée pour illustrer comment le processus en dix parties peut être mis en œuvre pour élaborer des stratégies de sensibilisation visant à améliorer la santé.*

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	
Partie 2 But de sensibilisation	
Partie 3 Décideurs et influenceurs	
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	
Partie 5 Opposition et obstacles à la sensibilisation	
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	
Partie 9 Messages de sensibilisation	
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	

Coalition pour la généralisation de la PCATST : réponses à l'étude de cas

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	Les assistantes de sages-femmes n'avaient pas l'autorisation d'effectuer une PCATST ni d'administrer de l'ocytocine.
Partie 2 But de sensibilisation	Inciter l'État à réviser la politique nationale de la PCATST pour y inclure les assistantes des sages-femmes et les intégrer dans le plan national de formation.
Partie 3 Décideurs et influenceurs	Décideur : Ministre de la Santé. Influenceur : Personnel technique travaillant pour le DNS, divers médias importants.
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	L'État manquait de données probantes indiquant que les assistantes de sages-femmes pouvaient effectuer une PCATST correctement.
Partie 5 Opposition et obstacles à la sensibilisation	Opposition : Le personnel technique travaillant pour le DNS était inquiet à l'idée que les assistantes de sages-femmes puissent utiliser l'ocytocine à d'autres fins et que les bailleurs de fonds puissent déplacer leur soutien vers la formation de soignants de niveau inférieur avant d'avoir formé toutes les accoucheuses qualifiées.
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	Atouts : Bons rapports avec le ministre de la Santé et capacité de communiquer les éléments probants de façon efficace. Lacunes : Manque d'expérience de réalisation de projets de démonstration pour obtenir ces éléments probants.
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	Organisations communautaires, DNS, organisation de développement international.
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	Projet pilote de démonstration Rapport de politique sur les résultats positifs du projet pilote présenté à une réunion d'information à laquelle les services techniques de l'État assistaient et couverte par divers médias connus.
Partie 9 Messages de sensibilisation	<i>Les assistantes des sages-femmes peuvent administrer de l'ocytocine en toute sécurité et effectuer une PCATST correctement pour réduire de façon efficace la mortalité maternelle liée aux hémorragies post-partum.</i>
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	Le ministère national de la Santé a révisé sa politique pour inclure les assistantes des sages-femmes dans la formation à la PCATST et son exécution. Le ministre de la Santé a reconnu publiquement le rôle joué par la CE.PCATST dans la généralisation de la PCATST à plus de 95 % des sites concernés par le projet au niveau national. Finalement, l'incidence de l'HPP a diminué de façon importante dans tout le pays.

Étude de cas : Coalition pour contrôler la maladie diarrhéique*

Dans le pays X, des milliers d'enfants meurent chaque année de maladies diarrhéiques. Un nouveau vaccin antirotavirus — qui protège les jeunes enfants souffrant de maladies diarrhéiques graves — venait d'être lancé, mais n'avait pas encore été introduit dans aucun pays. Les pouvoirs publics avaient depuis toujours financé les stratégies classiques, comme la thérapie de réhydratation orale et les suppléments en zinc dans ses plans nationaux de prévention des maladies diarrhéiques. Pourtant ils restaient sceptiques à l'idée d'inclure un vaccin antirotavirus dans le plan. Pour remédier à cette lacune, la coalition de contrôle des maladies diarrhéiques (CCMD) a élaboré une stratégie de sensibilisation pour inciter l'État à introduire le vaccin antirotavirus et à l'inclure dans son plan national de prévention des maladies diarrhéiques.

Pour atteindre ce but, la CCMD savait qu'elle devait convaincre le ministre de la Santé. Celui-ci était très intéressé par l'idée d'avoir accès à des données locales susceptibles de soutenir toute nouvelle politique ou stratégie. En outre, aucun membre du personnel technique du ministère de la Santé (MS) n'avait suffisamment de connaissances sur les données scientifiques du vaccin antirotavirus pour pouvoir soutenir de façon rigoureuse son inclusion dans le plan de prévention des maladies diarrhéiques. Il y avait également une certaine réticence à adopter les nouvelles technologies de santé.

La CCMD savait également que son avantage reposait sur son expertise dans la prise responsable de la maladie diarrhéique, ses partenariats avec des influenceurs sur le plan national et international et ses liens étroits avec le personnel du ministère de la Santé. Cependant, la CCMD n'avait pas le financement ni les relations communautaires nécessaires pour introduire le vaccin avec succès. La CCMD a donc établi des partenariats avec un bailleur de fonds international pour les vaccins et un réseau national d'organisations non gouvernementales (ONG) pour s'assurer que tous les éléments de sa stratégie de sensibilisation pouvaient être mis en place.

La CCMD a commencé par élaborer une fiche de synthèse exposant clairement les dernières données scientifiques sur le vaccin antirotavirus et sur les approches intégrées de contrôle des maladies diarrhéiques. La CCMD et ses partenaires ont utilisé cette fiche de synthèse lors des points de presse sur le terrain avec les principaux intervenants du MS. La CCMD et ses partenaires ont également attiré l'attention des médias sur le problème afin d'accroître la pression sur le ministre de la Santé pour qu'il agisse. Ils ont écrit des éditoriaux dans des journaux et mené des interviews avec divers médias connus, recruté des personnalités importantes lorsque c'était nécessaire pour diffuser leur message. Pendant ce temps, les scientifiques ont veillé à ce que la teneur du message soit toujours la même : *les programmes intégrés pour le traitement des maladies diarrhéiques incluant la vaccination antirotavirus sauvent des vies d'enfants*.

Ce travail a finalement conduit le MS à créer un comité d'expertise pour conseiller l'État sur les politiques, la formation des prestataires de santé, et la campagne d'information nécessaire à l'introduction du vaccin antirotavirus. L'établissement de ce comité a constitué la première étape vers le but ultime de changement de politique afin d'introduire le vaccin dans le pays. Ils ont également demandé au comité d'effectuer une analyse du rapport coût-bénéfice de l'introduction de la vaccination antirotavirus et d'estimer l'impact local de la vaccination sur l'incidence des maladies diarrhéiques. Le bailleur de fonds international pour les vaccins et le MS ont tous les deux accepté de financer cet effort.

En conséquence, le pays a introduit la vaccination antirotavirus dans son plan national de prévention de maladies diarrhéiques et adopté le vaccin en 2006. Cet événement a marqué un moment historique — c'était la première fois qu'un vaccin était introduit dans le secteur public de l'un des pays les plus pauvres au monde la même année qu'il entrait en circulation dans le monde industrialisé. Aujourd'hui, plus de 80 % des nouveau-nés du pays reçoivent le vaccin antirotavirus et la voie est maintenant ouverte pour qu'il soit introduit dans d'autres pays en développement — c'est l'indicateur de réussite de la CCMD.

*Cette étude de cas est inspirée d'événements réels. Elle a été adaptée pour illustrer comment le processus en dix parties peut être mis en œuvre pour élaborer des stratégies de sensibilisation visant à améliorer la santé.

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	
Partie 2 But de sensibilisation	
Partie 3 Décideurs et influenceurs	
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	
Partie 5 Opposition et obstacles	
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	
Partie 9 Messages de sensibilisation	
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	

Coalition pour contrôler la maladie diarrhéique : barème de correction

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	Le pays X a financé la thérapie de réhydratation orale et les compléments en zinc dans ses plans nationaux de prévention des maladies diarrhéiques, mais pas l'introduction de la vaccination antirotavirus, mesure qui permettrait d'assurer une approche intégrée du contrôle des maladies diarrhéiques dans le pays X.
Partie 2 But de sensibilisation	Inciter l'État à introduire le vaccin antirotavirus et à l'inclure dans son plan national de prévention des maladies diarrhéiques.
Partie 3 Décideurs et influenceurs	Décideur : Ministre de la Santé. Influenceurs : Personnel technique travaillant pour le ministère de la Santé (MS), médias.
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	Celui-ci était très intéressé par l'idée d'avoir accès à des données locales susceptibles de soutenir toute nouvelle politique ou stratégie.
Partie 5 Opposition et obstacles à la sensibilisation	Obstacles : Aucun membre du personnel technique du ministère de la Santé (MS) n'avait suffisamment de connaissances sur les données scientifiques du vaccin antirotavirus pour pouvoir soutenir de façon rigoureuse son inclusion dans le plan de prévention des maladies diarrhéiques. Il y avait également une certaine réticence à adopter les nouvelles technologies de santé.
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	Atouts : Expertise dans la prise en charge des maladies diarrhéiques, partenariats avec des influenceurs au niveau national et international et liens étroits avec le personnel du MS. Lacunes : Manque de financement et de relations avec les communautés, pour pouvoir introduire le vaccin avec succès.
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	Bailleur de fonds international pour les vaccins, réseau national d'ONG.
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	Fiches de synthèse sur les données scientifiques du vaccin antirotavirus et approches intégrées de contrôle des maladies diarrhéiques, points de presse sur le terrain avec les principaux intervenants du MS, éditoriaux de journaux, interviews avec divers médias importants, recrutement de personnalités connues pour jouer le rôle de messagers.
Partie 9 Messages de sensibilisation	Les programmes intégrés pour le traitement des maladies diarrhéiques incluant la vaccination antirotavirus permettent de sauver des vies d'enfants.
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	Le MS a créé un comité d'expertise pour effectuer une analyse du rapport coût-bénéfice et de l'impact et pour conseiller l'État les politiques, la formation des prestataires de santé, et la campagne d'information sur la vaccination antirotavirus. Le MS a introduit la vaccination antirotavirus dans son plan national de prévention de maladies diarrhéiques et a adopté le vaccin en 2006.

Coalition pour le dépistage du diabète chez les femmes*

Le poids des maladies non communicables (MNC) s'est aggravé à un risque alarmant dans le pays X. Ainsi, il y a seulement 20 ans, le diabète était une maladie plutôt rare dans ce pays, mais il représente aujourd'hui une menace à la fois pour la santé et la stabilité économique du pays. Sa prévalence s'accroît de façon spectaculaire. De plus en plus de femmes en âge de procréer sont atteintes de diabète et le nombre de grossesses compliquées par cette maladie ne cesse d'augmenter. En raison de son impact durant la grossesse et de la menace qu'il représente pour la santé de la mère et de l'enfant s'il n'est pas dépisté et soigné, le diabète touche les femmes de façon particulière. Le diabète sucré de la grossesse (DSG) est une cause trop souvent ignorée de décès maternel et infantile et de graves complications durant — le travail périnatal. Les femmes atteintes de DSG ont 30 à 60 % de chances de souffrir de diabète dans les dix à douze années suivantes, et leurs enfants ont un risque accru de devenir obèses ou diabétiques plus tard dans leur vie. C'est la raison pour laquelle conjuguer les examens de dépistage du diabète avec les services de santé maternelle est un bon moyen de veiller à ce que la maladie soit détectée précocement chez les femmes. Dans le pays X, les services de santé maternelle et reproductive constituent des points de contact potentiels pour la prévention et le traitement secondaires du diabète.

Afin de plaider pour l'intégration de programmes de dépistage, des organisations comme l'Association nationale du diabète et des groupes proéminents dans le domaine de la santé maternelle se sont rassemblés pour former la Coalition pour le dépistage du diabète chez les femmes (CDDF). La CDDF a élaboré une stratégie de sensibilisation afin de pousser l'État à réviser ses Directives de santé reproductive, la politique nationale régissant les services offerts dans les établissements sanitaires, pour y intégrer le dépistage du diabète.

La CDDF savait que pour que la politique nationale soit révisée il fallait que le ministre de la Santé prenne les choses en main. Le ministère de la Santé voulait connaître les preuves concernant l'efficacité et la possibilité de pratiquer le dépistage du diabète au sein des établissements de santé maternelle, car de nombreux membres du personnel technique travaillant pour le ministère national de la Santé (MNS) s'opposait à cette initiative ; en effet, ils s'inquiétaient du risque qu'en se concentrant sur le dépistage du diabète, d'autres complications de santé maternelle soient ignorées. Le personnel technique s'inquiétait également que les fonds limités destinés aux services de santé maternelle soient redirigés vers le diabète et que les femmes hésitent à se présenter aux visites de soins prénataux (SPN) si elles devaient subir un autre test. Le personnel technique du MNS exerçait une forte influence auprès du ministre de la Santé.

Pour pouvoir s'appuyer sur des données locales probantes concernant la sécurité et la faisabilité des programmes de dépistage du diabète, la CDDF s'est associée à une organisation communautaire formant les soignants des établissements de santé maternelle en vue de lancer un projet pilote de démonstration et d'intégrer le dépistage du diabète dans une douzaine de cliniques. Grâce à ce projet pilote, la coalition a rassemblé des données et a constitué un dossier de preuves à partir d'autres études, qui ont apporté les preuves nécessaires pour intégrer le dépistage du diabète aux services de santé maternelle. Outre le dossier de preuves, la CDDF a élaboré un rapport sur les politiques détaillant les résultats du projet de démonstration et d'autres preuves, afin d'appeler l'État à agir. Le premier pas vers un changement de politique a pris la forme d'une réunion organisée par le MNS pour examiner les preuves rassemblées par la CDDF.

La CDDF savait qu'elle avait des bons rapports avec le ministre de la Santé et qu'elle était en mesure de lui communiquer les données probantes de façon efficace. La coalition a spécifiquement recruté des membres ayant de l'expérience dans la réalisation de projets de démonstration pour pouvoir compter sur une aide technique et donner de la crédibilité à l'étude. La coalition souhaitait que son message fasse l'objet d'un article de presse dont elle savait qu'il attirerait l'attention du Ministère. Néanmoins, aucun des membres de la coalition n'avait l'expérience des médias.

La CDDF a présenté son rapport sur les politiques lors d'une séance d'information à laquelle ont assisté les services techniques de l'État. Pendant ce temps, la teneur du message était la même : *l'intégration du dépistage du diabète aux services de santé maternelle est une intervention réalisable à faible coût, fondée sur des données probantes, pouvant améliorer la détection précoce et la prévention de la maladie chez les femmes et les enfants.*

À l'issue de ces efforts, le MNS a révisé ses directives pour intégrer le dépistage du diabète aux services offerts dans les établissements de santé maternelle. Le ministre de la Santé a reconnu publiquement le rôle joué par la CDDF dans la généralisation du dépistage du diabète à plus de 95 % des sites concernés par le projet au niveau national, ce qui a été considéré par les intervenants comme un indicateur de réussite. La stratégie de sensibilisation de la CDDF est considérée sur le plan international comme une grande réussite et a été reproduite dans d'autres pays.

***Cette étude de cas est inspirée d'événements réels. Elle a été adaptée pour illustrer comment le processus en dix parties peut être mis en œuvre pour élaborer des stratégies de sensibilisation visant à améliorer la santé.**

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	
Partie 2 But de sensibilisation	
Partie 3 Décideurs et influenceurs	
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	
Partie 5 Opposition et obstacles à la sensibilisation	
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	
Partie 9 Messages de sensibilisation	
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	

Coalition pour le dépistage du diabète chez les femmes : réponses à l'étude de cas

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	De plus en plus de femmes en âge de procréer sont atteintes de diabète et le nombre de grossesses compliquées par cette maladie ne cesse d'augmenter.
Partie 2 But de sensibilisation	À l'issue de ces efforts, le MNS a révisé ses directives pour intégrer le dépistage du diabète aux services offerts dans les établissements de santé maternelle.
Partie 3 Décideurs et influenceurs	Décideur : Ministre de la Santé. Influenceurs : Personnel technique travaillant au MNS.
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	Le gouvernement ne disposait pas des preuves permettant d'établir l'efficacité de l'intégration du dépistage du diabète aux services dispensés dans les établissements de santé maternelle.
Partie 5 Opposition et obstacles à la sensibilisation	Opposition : Le personnel technique travaillant pour le MNS s'inquiétait qu'en mettant l'accent sur le diabète les fonds alloués soient redirigés exclusivement au dépistage de cette maladie et que d'autres complications de santé maternelle soient ignorées.
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	Atouts : Bons rapports avec le ministre de la Santé et capacité de communiquer les éléments probants de façon efficace. Lacunes : Manque d'expérience dans le domaine de la collaboration avec les médias.
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	Organisations communautaires, MNS.
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	Résultats groupés d'un projet de démonstration et constitution d'un dossier de preuves. Rapport de politique sur les résultats positifs du projet pilote présenté à une réunion d'information à laquelle le personnel technique du gouvernement assistait et couverte par divers grands médias.
Partie 9 Messages de sensibilisation	l'intégration du dépistage du diabète aux services de santé maternelle est une intervention réalisable à faible coût, fondée sur des données probantes, pouvant améliorer la détection précoce et la prévention de la maladie chez les femmes et les enfants.
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	Le MNS a révisé sa politique pour intégrer le dépistage du diabète aux services offerts dans les établissements de santé maternelle. Le ministre de la Santé a reconnu publiquement le rôle joué par ICDDF dans la généralisation du dépistage du diabète à plus de 95 % des établissements de santé maternelle au niveau national.

Étude de cas : Généraliser l'accès à la planification familiale*

La chlorhexidine est un produit peu coûteux, largement utilisé pour nettoyer le cordon ombilical des nouveau-nés. Lorsqu'elle est administrée correctement, sous forme de gel ou de liquide à 7,1 %, la chlorhexidine permet d'éviter les infections chez les nouveau-nés et peut réduire la mortalité néonatale jusqu'à 23 %. Cependant, l'un des problèmes majeurs du pays X était que ses directives sanitaires ne reflétaient pas les avancées les plus récentes et continuaient à préconiser le nettoyage du cordon ombilical des nouveau-nés à sec.

La Coalition pour l'utilisation de la chlorhexidine dans les soins néonataux (CCSN) a reconnu l'importance de ce produit dans la diminution des taux de mortalité néonatale. Pour remédier à ces préconisations caduques pour les soins du cordon ombilical, la CCSN a coordonné ses efforts de sensibilisation dans le but de pousser le ministère de la Santé (MS) à modifier les Directives sur les normes de traitement concernant la santé maternelle et infantile pour y intégrer l'utilisation du digluconate de chlorhexidine à 7,1 % dans ce contexte.

Pour atteindre son but, la CCSN a dû convaincre le ministère de la Santé de prendre les choses en main. Le ministère de la Santé avait intérêt à ce que le pays adopte des directives mondiales actualisées et souhaitait avoir plus d'information sur ces dernières avant de modifier sa politique. De plus, la CCSN savait que l'Association des professionnels de la santé — organisation jouissant d'une forte influence auprès du MS — hésitait à promouvoir la chlorhexidine, parce que ses membres utilisaient depuis longtemps une méthode sèche pour nettoyer le cordon ombilical et étaient réticents à l'idée d'abandonner cette pratique, généralement considérée comme la meilleure.

En dépit d'une idée erronée circulant dans le pays, selon laquelle l'Organisation mondiale de la santé (OMS) recommandait la méthode sèche, la CCSN savait que cette organisation avait récemment ajouté le digluconate de chlorhexidine à 7,1 % à sa liste modèle des médicaments indispensables pour les enfants 2013, pour les soins du cordon ombilical. L'OMS avait également inclus la chorhexidine à 7,1 % pour les soins du cordon ombilical dans ses recommandations sur la santé néonatale et la Commission des Nations unies sur les produits indispensables aux femmes et aux enfants avait désigné ce médicament comme l'un des 13 produits prioritaires pour prévenir et remédier à de nombreuses causes de décès chez les femmes, les enfants et les nouveau-nés.

La CCSN entretenait des liens solides et de longue date avec le ministre de la Santé. Ils savaient qu'il soutiendrait un changement de politique s'il connaissait l'existence de directives mondiales, et ils décidèrent donc d'organiser une réunion de haut niveau pour communiquer cette information. La CCSN, qui ne possédait pas d'expérience dans le domaine de l'événementiel, s'est associée à un groupe de sensibilisation local qui organisait souvent des événements de haut niveau à l'intention des décideurs. Ensemble, ces organisations ont invité le ministre de la Santé, les fonctionnaires de l'État et les principaux représentants de l'Association des professionnels de la santé. Durant l'événement, les représentants et experts techniques de l'OMS ont mené une discussion sur les nouvelles recommandations de l'OMS et l'importance du digluconate chlorhexidine 7,1 % pour prévenir les infections néonatales. À la suite de cette discussion, les invités ont participé à un débat sur les étapes suivantes potentielles.

À la suite de cet événement, l'Association des professionnels de la santé a été priée de publier un communiqué officiel à l'intention de ses membres sur l'utilisation de la chorhexidine pour les soins du cordon ombilical. La CCSN a également travaillé avec l'Association des professionnels de la santé à l'élaboration d'une lettre en faveur de l'utilisation de ce produit, compte-tenu des nouvelles directives

mondiales. Cette lettre, qui a ensuite été adressée au MS, a constitué un grand pas vers le but ultime de changement de politique. Pendant ce temps, les scientifiques ont veillé à ce que la teneur du message soit toujours la même : *le pays peut faire rapidement baisser son taux de mortalité infantile en utilisant le digluconate de chlorhexidine à 7,1 % pour les soins du cordon ombilical.*

Ces efforts ont convaincu le ministre de la Santé d'actualiser les Directives sur les normes de traitement relatives à la santé maternelle et néonatale pour recommander l'utilisation du digluconate de chlorhexidine à 7,1 % pour les soins du cordon ombilical, ce que la CCSN a considéré comme une indication du succès de ses efforts de sensibilisation. Le ministre de la Santé a publiquement reconnu le travail réalisé par la CCSN pour attirer son attention sur les nouvelles recommandations mondiales concernant les soins aux nouveau-nés.

***Cette étude de cas est inspirée d'événements réels. Elle a été adaptée pour illustrer comment le processus en dix parties peut être mis en œuvre pour élaborer des stratégies de sensibilisation visant à améliorer la santé.**

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	
Partie 2 But de sensibilisation	
Partie 3 Décideurs et influenceurs	
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	
Partie 5 Opposition et obstacles à la sensibilisation	
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	
Partie 9 Messages de sensibilisation	
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	

Généraliser l'accès à la chlorexhidine : réponses à l'étude de cas

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	Les directives relatives aux soins de santé du pays ne reflétaient pas les avancées les plus récentes et recommandaient une méthode sèche pour nettoyer le cordon ombilical des nouveau-nés.
Partie 2 But de sensibilisation	Influencer le MS pour qu'il modifie les Directives sur les normes de traitement relatives à la santé maternelle et néonatale pour y inclure le digluconate de chlorhexidine à 7,1 % pour les soins du cordon ombilical.
Partie 3 Décideurs et influenceurs	Décideur : ministre de la Santé influenceurs : Association des professionnels de la santé
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	Le ministre de la Santé avait intérêt à ce que son pays observe les directives mondiales ; il souhaitait avoir plus d'informations sur les normes mondiales.
Partie 5 Opposition et obstacles	Opposition : L'Association des professionnels de la santé hésitait à promouvoir à chlorhexidine, parce que ses membres utilisaient depuis longtemps une méthode sèche pour les soins du cordon ombilical.
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	Atouts : Des liens solides et de longue date avec le ministre de la Santé et la connaissance de l'existence de données probantes au niveau mondial. Lacunes : Pas d'expérience dans le domaine de l'événementiel.
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	Groupe de sensibilisation local.
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	Organisation d'une réunion de haut niveau pour exposer les nouvelles données probantes sur le plan mondial et les recommandations de l'OMS. Collaboration avec l'Association des professionnels de santé, pour rédiger une lettre de soutien adressée au MS.
Partie 9 Messages de sensibilisation	Le pays peut rapidement faire diminuer la mortalité néonatale en utilisant le digluconate de chlorhexidine à 7,1 % pour les soins du cordon ombilical.
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	Le MS a actualisé ses Directives sur les normes de traitement relatives à la santé maternelle et néonatale et a publiquement reconnu le travail de la CCSN.

Étude de cas : Généraliser l'accès au misoprostol pour les HPP*

Dans le pays X, comme dans de nombreux pays en développement, un grand nombre de femmes meurent d'hémorragie post-partum (HPP), ou saignement excessif après la naissance. Dans la plupart des cas, les HPP peuvent être évitées ou soignées avec de l'ocytocine ou du misoprostol, deux médicaments efficaces pour limiter le saignement. L'Organisation mondiale de la santé (OMS) indique l'ocytocine comme traitement de premier recours pour la prévention des HPP, mais recommande le misoprostol quand l'ocytocine n'est pas disponible ou ne peut être administrée sans danger.

Le misoprostol est sans danger, peu coûteux et facile à utiliser ; en raison de la stabilité de sa température et de sa facilité d'administration, ce médicament offre au pays la possibilité de fournir une alternative aux femmes qui ne peuvent pas accoucher dans un établissement sanitaire, ce qui permet de réduire les décès maternels. Cependant, le problème majeur était que le misoprostol n'était pas approuvé pour la prévention et le traitement des HPP dans le pays et n'était pas disponible pour les femmes accouchant dans des établissements de niveau inférieur ou dans leur communauté.

Action pour des naissances sans danger (ANSD), organisation non gouvernementale (ONG) pour la santé maternelle a reconnu qu'un meilleur accès au misoprostol pour traiter les HPP pourrait entraîner une diminution des taux de mortalité, en particulier chez les femmes accouchant dans des établissements de soins de niveau inférieur et au sein des communautés. ANSD voulait promouvoir un changement de politique qui protégerait ces femmes des HPP et a donc élaboré une stratégie de sensibilisation dans le but de pousser le ministère de la Santé (MS) à réviser les Listes de médicaments essentiels (LME) du pays et y ajouter le misoprostol pour la prévention et le traitement des HPP. ANSD savait que le fait d'indiquer le misoprostol dans ce contexte contribuerait à élargir l'accès à des utérotoniques pouvant sauver la vie des femmes ne pouvant pas accoucher dans des établissements de soins bien équipés.

ANSD savait aussi que pour que la politique nationale soit révisée, il fallait que le ministre de la Santé du pays prenne les choses en main. De plus, ANSD savait que la ministre de la Santé était intéressée par les données prouvant que le misoprostol pouvait être utilisé sans danger pour prévenir les HPP ; elle connaissait le domaine de la recherche et voulait appuyer sa décision sur des preuves. Enfin, ANSD savait comment mobiliser les parties prenantes et sensibiliser le MS, mais ne possédait pas l'expertise technique nécessaire pour persuader la ministre de la Santé. Elle a donc fait équipe avec une ONG de mise en œuvre et, ensemble, elles ont recueilli les preuves existantes sur l'utilisation sans danger du misoprostol pour traiter les HPP dans les pays voisins ayant intégré ce produit dans leurs LME. ANSD a rassemblé ces informations dans dossier de preuves. Le Groupe de travail technique sur la santé maternelle et infantile, très influent au sein du MS, a intégré un exposé des preuves à l'ordre du jour de l'une de ses réunions, franchissant ainsi une étape majeure vers le changement politique souhaité.

De nombreux groupes communautaires s'opposaient à cette proposition, car pour eux, le misoprostol était seulement utilisé à des fins d'avortement et ils craignaient qu'il devienne trop facile de se procurer ce produit dans ce but. Pour calmer ces inquiétudes, ANSD a organisé une série de réunions d'information avec différentes parties prenantes, notamment des intervenants du secteur la santé maternelle, des chefs religieux en faveur du projet, des décideurs de haut niveau et d'autres organisations communautaires. Au cours de ces réunions, ANSD a souligné qu'actualiser la LME pour y inclure le misoprostol afin traiter les HPP pourrait diminuer la mortalité maternelle dans le pays et sauver la vie de milliers de mères. Le haut niveau d'assistance et de participation à ces réunions a été consigné par ANSD, qui en a fait part au ministère de la Santé pour illustrer le vaste soutien en faveur de l'utilisation du misoprostol pour la prévention et le traitement des HPP.

Ces réunions se sont avérées essentielles pour obtenir le soutien du ministère de la Santé et des groupes communautaires. Au cours du déroulement de ces actions, les communications transmises à haut niveau par ANSD concernaient le thème suivant : *toutes les femmes, indépendamment du lieu où elles accouchent, doivent avoir accès à des médicaments pouvant leur sauver la vie et prévenir les HPP.*

À la suite de ces efforts, le ministre de la Santé a veillé à ce que la LME soit révisée pour y inclure le misoprostol dans le cadre du traitement et de la prévention des HPP. Le ministre de la Santé a publiquement reconnu le rôle qu'ANSD et ses partenaires ont joué pour améliorer l'accès des mères à ce produit vital, ce qui, pour les intervenants constitue un indicateur de la mise en œuvre réussie de leur stratégie de sensibilisation.

***Cette étude de cas est inspirée d'événements réels. Elle a été adaptée pour illustrer comment le processus en dix parties peut être mis en œuvre pour élaborer des stratégies de sensibilisation visant à améliorer la santé.**

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	
Partie 2 But de sensibilisation	
Partie 3 Décideurs et influenceurs	
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	
Partie 5 Opposition et obstacles à la sensibilisation	
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	
Partie 9 Messages de sensibilisation	
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	

Généraliser l'accès du misoprostol pour les HPP : réponses à l'étude de cas

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	Le misoprostol n'est pas approuvé pour la prévention et le traitement des HPP dans le pays, et n'est pas disponible pour les femmes accouchant dans des établissements sanitaires de niveau inférieur ou au sein de leurs communautés.
Partie 2 But de sensibilisation	Influencer le MS pour qu'il révise la LME du pays afin d'y inclure le misoprostol pour la prévention et le traitement des HPP.
Partie 3 Décideurs et influenceurs	Décideur : Ministre de la Santé. Influenceur : Groupe de travail technique sur la santé maternelle et infantile.
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	La ministre de la Santé était intéressée par les données prouvant que le misoprostol pouvait être utilisé sans danger pour prévenir les HPP ; elle connaissait le domaine de la recherche et voulait appuyer sa décision sur des preuves.
Partie 5 Opposition et obstacles	Opposition : De nombreux groupes communautaires s'opposaient à cette proposition, car pour eux, le misoprostol était seulement utilisé à des fins d'avortement ; ils craignaient qu'il devienne trop facile de se procurer ce produit dans ce but.
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	Atouts : Expérience de mobilisation des parties prenantes et de sensibilisation du MS. Lacunes : Manque d'expertise technique, nécessaire pour persuader la ministre de la Santé.
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	ONG de mise en œuvre.
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	Recueil des preuves et présentation du dossier sur l'utilisation sans danger du misoprostol pour traiter les HPP dans les pays voisins ayant intégré ce produit dans leurs LME. Organisation d'une série de réunions d'information avec les parties prenantes pour illustrer le vaste soutien en faveur du misoprostol pour la prévention et le traitement des HPP.
Partie 9 Messages de sensibilisation	toutes les femmes, indépendamment du lieu où elles accouchent, doivent avoir accès à des médicaments pouvant leur sauver la vie et prévenir les HPP.
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	Le ministre de la Santé a veillé à ce que la LME soit révisée pour y inclure le misoprostol pour la prévention et le traitement des HPP et a publiquement reconnu le rôle joué par ASB et ses partenaires.

Étude de cas : Généraliser l'accès à la planification familiale*

En dépit du manque important de soignants communautaires dans le domaine de la santé du pays, particulièrement en milieu rural, ces derniers jouent un rôle essentiel dans la prestation de services sanitaires, comme la planification familiale. L'année dernière, une étude démographique réalisée dans le pays a montré que la contraception injectable est le moyen le plus souvent utilisé et qu'elle représente la méthode de planification familiale la plus connue dans le pays. Cependant, selon les directives actuelles de la politique nationale de santé sexuelle et reproductive, seuls les infirmiers et les médecins peuvent fournir des contraceptifs injectables. Étant donné que le nombre d'infirmiers et de médecins est extrêmement bas et qu'ils ne travaillent généralement pas dans les communautés rurales, le partage des tâches est essentiel pour améliorer l'accès aux services de planification familiale et réduire les nombreux besoins non satisfaits en termes de contraception. Pour traiter ce problème, un groupe nommé Coalition d'amélioration de l'accès à la planification familiale (CAAPF) a coordonné un effort de sensibilisation pour pousser le ministre de la Santé (MS) du pays à modifier les directives de politique nationale afin de permettre aux soignants communautaires de prescrire des contraceptifs injectables.

Pour atteindre ce but, la CAAPF savait qu'il lui fallait convaincre le ministre de la Santé. Cependant, avant d'effectuer tout changement de politique, le MS était surtout intéressé par des données locales prouvant que des soignants communautaires pouvaient prescrire des contraceptifs injectables. En outre, le personnel technique du MS hésitait à ajouter une autre tâche, qui aurait nécessité une formation et des ressources supplémentaires, aux responsabilités des travailleurs communautaires de la santé.

La CAAPF savait qu'elle avait des bons rapports avec le ministre de la Santé et qu'elle serait capable de lui communiquer sa demande politique de façon efficace. Cependant ses membres n'avaient aucune expérience dans la réalisation d'études pilotes locales permettant d'obtenir les données nécessaires. La CAAPF a donc travaillé en partenariat avec une ONG locale et des représentants locaux de l'État qui effectuaient une étude pilote sur ce même problème dans une communauté rurale du pays. La CAAPF a rencontré l'association non-gouvernementale locale (ONG) et les représentants locaux de l'État pour connaître les résultats positifs de l'étude. Ils ont rédigé ensemble un document de synthèse de deux pages mettant en évidence les données locales et fournissant une base pour demander la modification des directives de la politique nationale. La CAAPF a ensuite financé une visite d'une journée dans les communautés rurales, ce qui a permis au MS et à son personnel technique d'évaluer la capacité des soignants communautaires à prescrire des contraceptifs injectables et d'être témoins de l'importante demande pour ce service. Après cette visite, le MS a organisé une réunion pour examiner les preuves et débattre des changements de politique nécessaires, ce qui a constitué une première étape vers la révision des directives. Pendant ce temps, la CAAPF a veillé à ce que la teneur du message soit toujours la même : *généraliser l'accès aux méthodes de planification familiale permet de réduire les besoins insatisfaits en termes de contraception*.

Ces efforts ont convaincu le MS et son personnel technique que partager les tâches afin que les soignants communautaires puissent fournir des contraceptifs injectables était essentiel pour répondre aux besoins insatisfaits en termes de contraception dans le pays. Le MS a modifié Directives de la politique nationale sur la santé sexuelle et reproductive et a publiquement reconnu le travail de la CAAPF. Le MS a également alloué des fonds destinés à être utilisés par l'administration locale pour former les soignants communautaires la prescription de contraceptifs injectables, ce que la CAAPF a considéré comme l'indicateur final de la réussite de ses efforts de sensibilisation.

*Cette étude de cas est inspirée d'événements réels. Elle a été adaptée pour illustrer comment le processus en dix parties peut être mis en œuvre pour élaborer des stratégies de sensibilisation visant à améliorer la santé.

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	
Partie 2 But de sensibilisation	
Partie 3 Décideurs et influenceurs	
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	
Partie 5 Opposition et obstacles à la sensibilisation	
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	
Partie 9 Messages de sensibilisation	
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	

Généraliser l'accès à la planification familiale : barème de correction de l'étude de cas

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	Selon les lignes directrices actuelles sur la politique nationale de santé sexuelle et reproductive, seuls les infirmiers et les médecins peuvent fournir des contraceptifs injectables. Étant donné que le nombre d'infirmiers et de médecins est extrêmement faible et qu'ils ne travaillent généralement pas dans les communautés rurales, le partage des tâches avec les soignants communautaires est essentiel pour améliorer l'accès aux services de planification familiale et réduire les nombreux besoins non satisfaits en termes de contraception.
Partie 2 But de sensibilisation	Influencer le MS pour qu'il modifie les directives la politique nationale pour permettre aux soignants communautaires de fournir des contraceptifs injectables.
Partie 3 Décideurs et influenceurs	Décideur : MS du pays. Influenceur : Personnel technique du MS.
Partie 4 Principaux intérêts du décideur	Le MS était surtout intéressé par des données locales prouvant que les soignants communautaires pouvaient prescrire des contraceptifs injectables avant d'effectuer tout changement de politique.
Partie 5 Opposition et obstacles à la sensibilisation	Opposition : Le personnel technique du MS hésitait à ajouter une autre tâche, qui aurait nécessité une formation et des ressources supplémentaires, aux responsabilités des soignants communautaires.
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	Atouts : Bons rapports avec le MS et capacité de communiquer sa demande politique de façon efficace. Lacunes : Manque d'expérience dans la réalisation d'études pilotes locales pour obtenir les données nécessaires.
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	ONG locales et représentants locaux de l'État dans une communauté rurale.
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	Un document de synthèse de deux pages mettant en évidence les données locales a été rédigé à partir d'une étude pilote menée avec succès. Une visite sur le terrain d'une journée dans les communautés rurales permettant au MS et à son personnel technique d'évaluer la capacité des soignants communautaires à prescrire des contraceptifs injectables et à être témoins de l'importante demande pour ce service.
Partie 9 Messages de sensibilisation	Généraliser l'accès aux méthodes planification familiale recommandées permet de réduire les besoins insatisfaits en termes de contraception.
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	Modification des directives de la politique nationale sur la santé sexuelle et reproductive. Reconnaissance du MS exprimée en public Attribution de fonds destinés à être utilisés par l'administration locale pour former les soignants communautaires à la prescription de contraceptifs injectables.

Étude de cas : Scientifiques en faveur des vaccins contre le paludisme*

Dans le pays X, des milliers d'enfants et de femmes enceintes meurent chaque année de paludisme. L'État a attribué des fonds pour le contrôle du paludisme et les moyens d'élimination comme la fourniture de moustiquaires et les tests et le traitement du paludisme. Cependant, malgré les récentes avancées scientifiques et le développement d'un vaccin antipaludique, l'État n'avait pas inclus le vaccin antipaludique dans son programme élargi d'immunisation (PEI), la politique du programme de vaccination du pays. L'inclusion du vaccin contre le paludisme dans le PEI permettrait l'introduction du vaccin antipaludique en temps opportun et de manière coordonnée, dès qu'il aura été cliniquement testé et approuvé, aidant le pays à réduire l'incidence du paludisme plus rapidement. Pour traiter ce problème, le groupe Scientifiques en faveur des vaccins antipaludiques (SEFVAP) — groupe de scientifiques travaillant à la recherche et au développement de vaccins contre le paludisme — a élaboré une stratégie de sensibilisation pour inciter l'État à inclure le vaccin antipaludique dans son PEI.

SEFVAP savait que pour inclure le vaccin contre le paludisme dans le PEI du pays, il fallait que le ministre de la Santé prenne les choses en main. La ministre était elle-même favorable aux programmes de contrôle du paludisme en vigueur dans tout le pays. Toutefois, elle s'inquiétait que le coût de l'introduction d'un nouveau vaccin ait pour effet de détourner les fonds destinés à d'autres vaccins essentiels. En outre, le personnel technique du ministère de la Santé (MS) soutenait que la préparation de la mise en œuvre d'un vaccin qui n'était pas encore approuvé, représentait un gaspillage des fonds publics. Il était évident que le MS ne comprenait pas vraiment la recherche et le développement en cours sur le vaccin antipaludique ni les conséquences de retarder son inclusion dans le PEI.

SEFVAP a demandé aux scientifiques membres d'évaluer leurs intérêts, compétences, et contacts avec les influenceurs pour la sensibilisation à la vaccination antipaludique. Cette enquête a révélé que les scientifiques avaient tout intérêt à soulever le problème en utilisant leurs contacts avec des personnes clés, comme les responsables des programmes d'immunisation ayant les moyens de concrétiser le changement de politique. Cependant, bien que très habitués à présenter des données de recherche à leurs collègues, ils avaient moins d'expérience dans la communication de messages aux décideurs politiques. Pour parer à cette carence notable, SEFVAP a travaillé en partenariat avec des organisations de communication et de sensibilisation pour organiser un atelier de développement de compétences de trois jours destiné aux scientifiques, financé par une entreprise du secteur privé. Les scientifiques se sont familiarisés avec les tactiques de collaboration avec les décideurs politiques et ont appris comment traduire les résultats de leurs recherches en messages simples.

À la suite de l'atelier, les scientifiques ont rédigé des éditoriaux dans des journaux, donné des interviews à différents médias, et rencontré le ministre et son personnel technique. Ces activités ont finalement conduit à la création par le MS d'un groupe technique consultatif visant à inclure un vaccin antipaludique dans le PEI du pays. La création de ce groupe technique consultatif a représenté une étape majeure vers le but ultime visé par l'effort de sensibilisation. Pendant ce temps, les scientifiques ont veillé à ce que la teneur de leur message soit toujours la même : *préparer dès aujourd'hui l'introduction du vaccin antipaludique permettra de sauver plus de vies à l'avenir*.

À la suite de ces efforts, le MS a été convaincu de la nécessité d'inclure le vaccin contre le paludisme dans le PEI du pays. Le MS a publiquement reconnu le travail de SEFVAP et annoncé la modification du PEI du pays, ce que les scientifiques ont considéré comme l'indicateur ultime de leur réussite. La stratégie de sensibilisation de SEFVAP est également considérée comme une grande réussite sur le plan international, et a été reproduite dans d'autres pays.

*Cette étude de cas est inspirée d'événements réels. Elle a été adaptée pour illustrer comment le processus en dix parties peut être mis en œuvre pour élaborer des stratégies de sensibilisation visant à améliorer la santé.

Étude de cas : Soutien des scientifiques aux vaccins contre le paludisme

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	
Partie 2 But de sensibilisation	
Partie 3 Décideurs et influenceurs	
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	
Partie 5 Opposition et obstacles	
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	
Partie 9 Messages de sensibilisation	
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	

Soutien des scientifiques aux vaccins contre le paludisme : barème de correction de l'étude de cas

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	Malgré les récentes avancées scientifiques concernant le développement d'un vaccin antipaludique, l'État pas inclut le vaccin antipaludique dans son programme élargi d'immunisation (PEI). Ceci allait retarder l'introduction du vaccin antipaludique en temps opportun et de manière coordonnée, dès qu'il aurait été cliniquement testé et approuvé.
Partie 2 But de sensibilisation	Inciter l'État à inclure le vaccin antipaludique dans son PEI.
Partie 3 Décideurs et influenceurs	Décideur : Ministre de la Santé. Influenceur : Personnel technique du MS.
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	Coût de l'introduction d'un nouveau vaccin risquant de détourner des fonds destinés à d'autres vaccins essentiels.
Partie 5 Opposition et obstacles à la sensibilisation	Opposition : Le personnel technique du MS soutenait que la préparation de la mise en œuvre d'un vaccin qui n'était pas encore approuvé représentait un gaspillage des fonds publics. Obstacles : Le MS ne comprenait pas vraiment la recherche et le développement en cours sur le vaccin antipaludique ni les conséquences de retarder son inclusion dans le PEI.
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	Atouts : Les scientifiques avaient tout intérêt à soulever le problème, ils avaient des contacts avec des personnes clés pouvant concrétiser un changement de politique et avaient déjà l'habitude de présenter les résultats de leurs recherches à leurs collègues. Lacunes : Manque d'expérience dans la communication de messages à des décideurs politiques.
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	Organisation de sensibilisation et de communication, entreprise du secteur privé.
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	Atelier de développement des compétences de trois jours à l'intention des scientifiques, éditoriaux dans des journaux, interviews avec différents médias, et rencontres avec le ministre et son personnel technique.
Partie 9 Messages de sensibilisation	Préparer aujourd'hui l'introduction du vaccin antipaludique pour sauver des vies plus tard.
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	La création par le MS d'un groupe technique consultatif visant à inclure un vaccin antipaludique dans le PEI du pays. Le MS a finalement été convaincu de la nécessité d'inclure le vaccin contre le paludisme dans le PEI du pays et a publiquement reconnu le travail du SSVAP.

Étude de cas : Approche de marché global pour la planification familiale*

Au fur et à mesure que le pays X se transformait en un pays à revenu moyen, les financements de la part des donateurs et l'approvisionnement en contraceptifs s'amenuisaient. Satisfaire les besoins constants de la population en matière de planification familiale — et surtout veiller à ce que les plus vulnérables aient accès aux produits et services de contraception, comme les personnes vivant en milieu rural et les groupes minoritaires, avec les ressources nationales existantes constituait un défi majeur.

Un groupe d'organisations qui voulait savoir comment une approche de marché global (AMG) pourrait être adoptée dans le pays pour généraliser l'accès aux contraceptifs a décidé de former la Coalition pour assurer l'accès à la planification familiale (CAAPF). Guidée par l'Association nationale pour la planification familiale, la CAAPF avait pour but commun d'influencer l'État pour qu'il modifie la Stratégie nationale de santé reproductive afin de donner la priorité à la distribution de contraceptifs gratuits pour ceux qui en avaient le plus besoin.

La CAAPF savait que pour modifier la Stratégie nationale de santé reproductive, il faudrait que le ministre de la Santé finisse par donner son accord à cette politique. Le ministre avait tout intérêt à utiliser des preuves en faveur de la décision de tirer un maximum de profit des maigres ressources publiques disponibles pour les programmes de santé. Ce ministre était aussi fortement influencé par les recommandations du personnel technique du ministère et par le chef du service de santé sexuelle et reproductive (SSR) qui l'avait récemment initié au concept d'AMG. Par ailleurs, le personnel du ministère des Finances, qui exerçait également une influence auprès du ministre de la Santé, était réticent à l'idée de fournir des fonds pour des contraceptifs gratuits, compte tenu du peu de ressources disponibles dans le pays.

La CAAPF savait que, pour convaincre que la distribution de contraceptifs gratuits à ceux qui en ont le plus besoin était une priorité, elle devrait rassembler et compiler des preuves et les communiquer au personnel des ministères de la Santé et des Finances. La coalition comptait plusieurs membres possédant une expérience dans le recueil de données et de preuves et la présentation de ces dernières aux décideurs. Cependant, la coalition était majoritairement constituée d'organisations de la société civile et d'organisations non gouvernementales (ONG) ; elle ne comptait pas de représentants du secteur privé, un élément critique. Pour combler cette lacune, la CAAPF a invité plusieurs représentants du secteur privé à se joindre à elle en tant que partenaire pour planifier et coordonner ses activités.

La CAAPF a collaboré étroitement avec le chef du service SSR pour élaborer et mener une enquête sur la planification familiale qui a fourni des données sur les besoins non satisfaits en contraceptifs de certains groupes parmi les plus vulnérables du pays. L'enquête a révélé que, pour ces groupes spécifiques, le coût constituait un obstacle majeur à l'accès aux contraceptifs. Afin de répondre aux inquiétudes du personnel du ministère des Finances, la CAAPF a également demandé à un groupe de réflexion économique d'évaluer le coût es d'un tel programme, ainsi qu'une analyse des retombées, sur le plan de l'économie et du développement, d'un investissement dans la planification familiale. La CAAPF s'est appuyée sur les conclusions de l'enquête et de l'analyse économique pour élaborer un exposé, accompagné d'un dossier politique, présenté à l'occasion d'un échange auquel ont assisté le ministre de la Santé et le ministre des Finances. À la suite de cet échange, le ministère de la Santé (MS) a demandé à un groupe de travail de se réunir pour discuter des modifications à apporter à la stratégie nationale de santé reproductive, ce qui a constitué une première étape vers le but ultime. Au cours du déroulement de ces activités, la teneur du message de la CAAPF est demeurée la même ! *Lorsque les ressources publiques sont limitées, démontrer la nécessité de répondre aux besoins de planification familiale en donnant la priorité à l'accès aux contraceptifs permettra de garantir un impact maximum sur la santé et le développement.*

À la suite de ces efforts, le MS a modifié la Stratégie nationale de santé reproductive pour donner la priorité à la distribution gratuite de contraceptifs pour les plus démunis. Le ministère de santé a publiquement reconnu le rôle joué par la CAAPF et ses partenaires pour garantir l'accès des plus démunis à ses importants produits, ce que les intervenants ont considéré comme un signe de réussite.

**Cette étude de cas est inspirée d'événements réels. Elle a été adaptée pour illustrer comment le processus en dix parties peut être mis en œuvre pour élaborer des stratégies de sensibilisation visant à améliorer la santé.*

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	
Partie 2 But de sensibilisation	
Partie 3 Décideurs et influenceurs	
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	
Partie 5 Opposition et obstacles à la sensibilisation	
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	
Partie 9 Messages de sensibilisation	
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	

Approche de marché globale pour la planification familiale : réponse à l'étude de cas

Exemples des dix parties dans l'étude de cas :	
Partie 1 Problème de sensibilisation	Satisfaire les besoins constants de la population en matière de planification familiale et surtout veiller à ce que les plus vulnérables aient accès aux produits et services de contraception, comme les personnes vivant en milieu rural et les groupes minoritaires, avec les ressources nationales existantes.
Partie 2 But de sensibilisation	Influencer l'État pour qu'il modifie la Stratégie nationale de santé reproductive afin de donner la priorité à la distribution gratuite de contraceptifs aux plus démunis.
Partie 3 Décideurs et influenceurs	Décideur : Ministre de la Santé. Influenceur : Chef du service de la santé sexuelle et reproductive au MS, personnel du ministère des Finances.
Partie 4 Principaux intérêts des décideurs	Utiliser des preuves en faveur de la décision de tirer un maximum de profit des maigres ressources publiques disponibles pour les programmes de santé.
Partie 5 Opposition et obstacles à la sensibilisation	Personnel du ministère des Finances réticent à l'idée de fournir des fonds pour des contraceptifs gratuits, compte tenu du peu de ressources disponibles dans le pays.
Partie 6 Atouts et lacunes de la sensibilisation	Atouts : Expérience dans le recueil de données et de preuves, et dans la communication de ces dernières aux décideurs. Lacunes : Manque de représentation du secteur privé.
Partie 7 Partenaires de la sensibilisation	Secteur privé, groupe de réflexion économique.
Partie 8 Tactiques de sensibilisation	Lancement d'une enquête sur la planification familiale, évaluation du coût et analyse des retombées sur le plan économique et du développement, dossier politique, et présentation lors d'un échange de haut niveau sur les politiques.
Partie 9 Messages de sensibilisation	Lorsque les ressources gouvernementales sont limitées, démontrer la nécessité de répondre aux besoins de planification familiale en donnant la priorité à l'accès aux contraceptifs permettra de garantir un impact maximum sur la santé et le développement.
Partie 10 Plan pour mesurer la réussite	Le ministère de santé a publiquement reconnu le rôle joué par la CAAPF et ses partenaires pour garantir l'accès des plus démunis à ses importants produits.

Non conscient

**Conscient,
mais mal
informé**

**Conscient,
mais non
informé**

**Conscient et
bien informé**

Opposé

Non engagé

Peu favorable

Très favorable

Cartes de discussion avec les partenaires (Partie 7)

<p>Vous représentez une grande ONG de santé qui équipe les établissements communautaires de soins de santé. Vos interlocuteurs principaux sont le ministère de la Santé et des établissements locaux de soins de santé. Votre ONG a la solide réputation de fournir des programmes de bonne qualité.</p>	<p>Vous faites partie d'une coalition de groupes locaux de la société civile. Votre mission consiste à garantir que les services de santé soient accessibles à la communauté. Vos principaux interlocuteurs sont des membres et responsables de la communauté. Vous êtes connus pour vos solides réseaux et relations au sein de la communauté.</p>
<p>Vous représentez une entreprise locale fabriquant des pneus. Vos principaux interlocuteurs sont vos employés et les entreprises de la communauté. Votre entreprise est perçue comme un acteur solide et respecté de la communauté et comme un important employeur.</p>	<p>Vous représentez une université nationale qui effectue des recherches sur l'accès à la santé et sur l'économie sanitaire. Vos principaux interlocuteurs sont des universitaires et des chercheurs. Vous êtes bien connu pour vos travaux de recherche et vos données d'excellente qualité.</p>
<p>Vous faites partie de l'association nationale des infirmiers qui élabore les directives les normes professionnelles. Vos principaux interlocuteurs sont le ministère de la Santé, des infirmiers et d'autres professionnels de la santé. Vous disposez d'un réseau national d'infirmiers et d'une forte représentation de la profession.</p>	<p>Vous travaillez pour une institution de recherche qui étudie les obstacles à l'utilisation des services sanitaires. Vos principaux interlocuteurs sont des universitaires et des chercheurs. Votre établissement est connu pour être un organe de réflexion impartial.</p>
<p>Vous représentez un organisme des Nations unies fournissant une aide technique au ministère de la Santé. Votre principal interlocuteur est constitué d'employés et de représentants ministériels. Vous avez une réputation mondiale, une expérience internationale et vous disposez de financements.</p>	<p>Vous travaillez pour un établissement de micro financement qui établit des liens entre des femmes séropositives au VIH et des services financiers. Votre interlocuteur est composé des femmes et responsables communautaires locaux. Vous êtes connu pour votre perspective de développement communautaire, un solide réseau communautaire et des liens avec des grandes institutions financières et des groupes internationaux de conseil financier.</p>

Cartes de discussion avec les partenaires (Partie 7)

Vous représentez le **conseil communautaire de la santé (CCS)** qui gère les fonds communautaires destinés à la santé et supervise les établissements sanitaires. Vos principaux interlocuteurs sont des membres et responsables de la communauté. Le CCS possède de solides liens communautaires et la capacité de mobiliser.

Vous travaillez avec un **centre médiatique pour l'intérêt du public** qui aide les organisations à but non lucratif à utiliser les médias et les nouvelles technologies pour des campagnes d'information et des changements politiques. Vos principaux interlocuteurs sont les médias, décideurs politiques, et le grand public. Le centre est connu pour ses capacités techniques et son expérience en communication et dans les médias innovants.

Vous travaillez avec la **branche locale d'un réseau international de service communautaire**. Sa mission consiste à promouvoir la bonne volonté mondiale, la prestation de services, et la paix par le biais de sympathisants : dirigeants d'entreprise, professionnels et responsables communautaires. Vous êtes respecté dans les communautés dans lesquelles vous intervenez.

Vous représentez une **organisation de sensibilisation à la jeunesse** qui soutient les efforts aidant les jeunes à prendre des décisions responsables et en connaissance de cause sur leur santé. Vos principaux interlocuteurs sont des jeunes et membres de la communauté.

Vous représentez une **organisation politique régionale** qui effectue des recherches en matière de politiques et de sensibilisation basées sur des données probantes concernant la bonne gouvernance. L'organisation est dotée d'une expertise pluridisciplinaire et de solides compétences d'analyse et de recherche des politiques. Vos principaux interlocuteurs sont des organisations et décideurs politiques régionaux.

Vous représentez une **ONG pour les droits des femmes** qui travaille pour la justice sociale et les droits des femmes, des jeunes et des enfants. Elle a un passé riche dans le domaine de la collaboration et de l'activisme, souvent avec des personnalités bien connues. Vos interlocuteurs principaux sont l'État et des entreprises locales.

Cartes de discussion avec les partenaires (Partie 7)

<p>Vous représentez la Fondation nationale de santé, une fondation au premier plan dans la sensibilisation politique et de la recherche sur la santé dans le pays. Elle dispose de financements et d'une expertise en analyse et en élaboration des politiques. Vos principaux interlocuteurs sont des décideurs politiques et des institutions gouvernementales.</p>	<p>Vous faites partie de la Ligue nationale des travailleurs communautaires de la santé. Celle-ci fournit des prestations de services et une formation de premier recours et joue le rôle d'intermédiaire entre les associations professionnelles de travailleurs de la santé et le ministère de la Santé. Elle possède une grande visibilité et une solide influence au niveau communautaire.</p>
<p>Vous représentez une coalition religieuse de groupes de santé qui promeut une approche holistique de la santé dans une perspective religieuse par le dialogue, le partage d'informations, les réseaux et la sensibilisation parmi les organisations religieuses et les personnes travaillant dans le secteur de la santé. Vos principaux interlocuteurs sont des responsables religieux et des communautés.</p>	<p>Vous faites partie d'une délégation de l'Organisation de la société civile (OSC) de comités multilatéraux (ONUSIDA, OMS, Fonds mondial). Vous collaborez visiblement avec les donateurs multilatéraux au plus haut niveau de la prise de décision stratégique. Vos principaux interlocuteurs sont des administrés de l'OSC, des donateurs, des pays et des multilatéraux.</p>
<p>Vous faites partie d'un réseau régional d'ONG du développement et de la santé. Vous coordonnez les solutions aux questions essentielles de santé, vous collaborez avec les donateurs et tenez les gouvernements responsables de leurs engagements. Votre principal interlocuteur est constitué des ministères, donneurs et organisations de la société civile. Vous jouissez d'une excellente visibilité médiatique.</p>	<p>Vous faites partie d'une table ronde locale des entreprises constituée des dirigeants d'entreprise pour la sensibilisation de la communauté aux entreprises et la poursuite de leurs intérêts. Vos principaux interlocuteurs sont des dirigeants d'entreprise, décideurs politiques et employés. Votre force consiste en divers représentants d'entreprise et de membres d'influence jouissant de relations.</p>

Cartes de discussion avec les partenaires (Partie 7)

<p>Vous faites partie d'un groupe de défenseurs des droits de l'homme qui effectue des recherches sur les violations de ces droits dans plusieurs pays de la région. Vos principaux interlocuteurs sont des parlements et d'autres entités gouvernementales. Vous jouissez d'une grande visibilité et vous avez une grande présence médiatique.</p>	<p>Vous représentez le réseau parlementaire régional sur la santé. Vous encouragez le dialogue et le partage des pratiques optimales parmi les membres parlementaires régionaux, qui sont également vos principaux interlocuteurs. Votre organisation dispose de la grande influence de ses membres.</p>
<p>Vous travaillez avec un groupe de service social qui fournit des services de santé mentale aux populations marginalisées. Vous travaillez également à des initiatives visant à améliorer la politique de santé mentale. Vos principaux interlocuteurs sont des responsables et membres de la communauté, ainsi que des décideurs politiques.</p>	<p>Vous faites partie d'une organisation de santé qui incite à la prise de conscience des problèmes de santé féminine, en recourant à l'IEC/CCC parmi les membres de la communauté. Vos principaux interlocuteurs sont des membres et responsables de la communauté. L'organisation a des bonnes relations avec les représentants du ministère, les comités locaux de la santé et les communautés.</p>
<p>Vous représentez le Programme national du gouvernement pour la santé sexuelle et reproductive (SSR). Vous êtes responsable de la gestion et les activités des services publics de SSR, et de l'élaboration des politiques. Vos interlocuteurs principaux sont le ministère de la Santé et des établissements locaux de soins de santé.</p>	<p>Vous représentez une organisation de marketing social. Vous vous associez avec des partenaires du secteur privé pour vendre des contraceptifs à des clients qui ont les moyens de payer pour ces produits. Vous avez de solides relations avec des donateurs bilatéraux et multilatéraux, ainsi qu'avec le secteur privé.</p>

Cartes de discussion avec les partenaires (Partie 7)

Vous représentez la **Société nationale des pharmaciens**. Vos principaux objectifs sont de faire évoluer les pratiques et de créer et mettre en place des normes régissant la conduite professionnelle et un code d'éthique.

Vous avez un vaste réseau de pharmaciens.

Vous représentez une **grande entreprise pharmaceutique internationale**. Vous développez et distribuez des médicaments innovants pour répondre aux besoins non satisfaits des populations du monde entier. Vous êtes un grand employeur du pays. Votre principal interlocuteur est constitué d'entreprises locales, de fournisseurs de soins de santé et de ministères.

Vous représentez l' **Association nationale de planification familiale**. Vous dirigez des cliniques de planification familiale non publiques dans un grand nombre de districts du pays et formez du personnel sanitaire. Vous exercez une influence substantielle au sein de la communauté et entretenez une relation étroite avec les donateurs bilatéraux et privés.

Vous êtes chargé d'une **mission nationale par un important donneur bilatéral en matière de santé et de développement**. Vous financez des projets de santé de grande envergure et fournissez une aide technique aux ministères locaux. Vous avez des relations et une influence importantes au plus haut niveau de l'État.

Fiches Qualités des partenariats efficaces (Partie 7)

*Adapté des « *Characteristics of Effective Coalitions* » Women Thrive Worldwide

Attention immédiate aux problèmes Les partenaires résolvent toutes les difficultés rapidement. Les différences sont dissoutes au bénéfice de tous les partenaires.	Partage du pouvoir Les partenaires partagent le pouvoir aussi équitablement que possible et interviennent tous dans la prise de décision.
Attentes précises Les partenaires savent ce qu'ils doivent attendre les uns des autres afin d'éviter les incompréhensions.	Responsabilité mutuelle Les partenaires partagent les responsabilités de participation et de contribution aux activités et agissent de manière responsable les uns envers les autres.
Reconnaissance, remerciements et félicitations Les partenaires s'encouragent et se motivent mutuellement en exprimant des éloges et de la gratitude envers les contributions d'autrui.	Inspiration et reconnaissance Les partenaires célèbrent les petites et grandes victoires, pour conserver un bon niveau d'énergie lorsque le travail de sensibilisation est exigeant et que le changement est lent.

Fiches Qualités des partenariats efficaces (Partie 7)

*Adapté des « *Characteristics of Effective Coalitions* » Women Thrive Worldwide

Réflexion stratégique <p>La réflexion stratégique est un aspect important de la construction de partenariats et de la planification des initiatives. Réfléchir et travailler ensemble de façon stratégique permet d'économiser des ressources, de l'énergie, et du temps.</p>	Processus précis de prise de décision <p>Le processus de prise de décision est transparent et compris par tous, ce qui réduit la confusion et les conflits.</p>
Persévérance <p>Le travail de sensibilisation peut être lent et exiger des efforts durables. Les partenaires reconnaissent la valeur d'un travail acharné pour atteindre leurs buts.</p>	Contacts personnels et réguliers <p>Les relations entre les partenaires sont renforcées par des contacts réguliers par téléphone, courriel ou réunions.</p>
Flux régulier d'informations <p>Les partenaires partagent et reçoivent facilement des informations. Les partenaires se sentent impliqués et investis lorsqu'ils sont régulièrement informés sur les activités et l'avancement.</p>	Établissement de buts précis <p>Les partenariats solides se concentrent sur des buts précis et réalisables et s'y tiennent !</p>

Fiches Types de collaboration (Partie 7)

*Adapté des « *Characteristics of Effective Coalitions* » Women Thrive Worldwide

<h3>Partage d'informations et de données</h3> <p>Les personnes et les organisations acceptent de partager librement les informations et les données obtenues auprès de leurs contacts et sur ce qu'elles ont appris au cours de leur travail. Aucune prise de décision conjointe ni exigence n'est nécessaire pour utiliser l'information d'une certaine façon.</p>	<h3>Élaboration de messages communs</h3> <p>Les partenaires acceptent de partager les informations et de les analyser ensuite ensemble pour identifier les tendances et élaborer des messages communs. Chaque organisation utilise les messages comme elle l'entend dans le cadre de sa propre campagne de sensibilisation et sans coordination nécessaire entre elles.</p>
<h3>Consultation réciproque</h3> <p>Les partenaires utilisent les compétences des uns et des autres comme ressources pour développer leurs propres plans individuels afin d'atteindre les buts de sensibilisation politique. Ils s'inspirent l'un de l'autre, mais continuent à travailler sur des projets distincts.</p>	<h3>Planification et élaboration de stratégies conjointes</h3> <p>Les partenaires identifient des défis communs et développent des plans et des stratégies complémentaires pour les relever. Chaque partenaire fait son propre travail, mais compte sur l'autre pour mettre en œuvre les actions convenues.</p>
<h3>Coalitions/Alliances</h3> <p>Le niveau de collaboration le plus officiel. Les partenaires collaborent sur un plan d'action commun et s'engagent à se soutenir mutuellement. Les coalitions peuvent être temporaires (les partenaires se séparent après avoir atteint leur but commun) ou à long terme (structure et organisation d'alliance permanente).</p>	

Exemples d'objectifs (Partie 8)

Dans la partie 8, les participants apprendront comment élaborer des objectifs de sensibilisation SMART. Dans le cadre de cet exercice de groupe, faites référence aux exemples ci-dessous, qui correspondent aux buts de sensibilisation des études de cas que vous avez choisies lors de la séance « Introduction aux dix parties ».

Pour chaque étude de case, vous trouverez : un exemple d'objectif non-SMART et une suggestion de comment améliorer ce dernier pour en faire un objectif SMART. Remarquez que les objectifs SMART sont fournis à titre d'illustration ; les participants peuvent proposer d'autres manières de rendre l'objectif SMART.

Action pour la santé reproductive chez les adolescents

Objectif non-SMART : Former un comité interministériel.

Exemple d'objectif SMART : D'ici fin 2016, le ministre de l'Éducation fondera un comité interministériel permanent, impliquant le ministère de la Santé (MS) et le ministère de la Parité de la culture et de la protection sociale pour remédier systématiquement aux difficultés survenant entre ces deux entités.

Coalition d'action pour l'accès à la névirapine

Objectif non-SMART : Obtenir une couverture médiatique promouvant la névirapine pour éviter la transmission du VIH de la mère à l'enfant.

Exemple d'objectif SMART : D'ici novembre 2015, un important quotidien national publiera une série d'articles sur l'importance d'avoir accès à la névirapine pour éviter la transmission du VIH des mères à leurs enfants.

Coalition pour la généralisation de la PCATST

Objectif non-SMART : Mener un projet pilote sur la distribution d'ocytocine aux communautés.

Exemple d'objectif SMART : D'ici au 15 janvier 2016, le ministère national de la Santé (MNS) approuvera un projet pilote visant à former les assistantes des sages-femmes à effectuer la PCATST et administrer de l'ocytocine.

Coalition pour le contrôle de la maladie diarrhéique

Objectif non-SMART : Réunir un comité sur l'introduction du vaccin antirotavirus.

Exemple d'objectif SMART : D'ici juin 2016, le MS créera un comité d'experts sur l'introduction du vaccin antirotavirus.

Coalition pour le dépistage du diabète chez les femmes

Objectif non-SMART : Examiner les données concernant le dépistage du diabète chez les femmes.

Exemple d'objectif SMART : Le MS organisera une réunion pour examiner les données pertinentes rassemblées par la Coalition pour le dépistage du diabète chez les femmes d'ici la fin du troisième trimestre 2015.

Généraliser l'accès à la chlorhexidine

Objectif non-SMART : L'Association des professionnels de la santé apportera son soutien à l'utilisation de la chlorhexidine pour les soins du cordon ombilical.

Exemple d'objectif SMART : D'ici décembre 2015, l'Association des professionnels de la santé rédigera une lettre à l'intention du MS, soulignant son soutien à l'utilisation de la chlorhexidine pour les soins du cordon ombilical.

Généraliser l'accès au misoprostol pour les HPP

Objectif non-SMART : Exposer les principaux points du dossier de preuves.

Exemple d'objectif SMART : Le Groupe de travail technique sur la santé maternelle et infantile inscrira la présentation du dossier de preuves à l'ordre du jour de sa réunion mensuelle, en octobre 2015.

Généraliser l'accès à la planification familiale

Objectif non-SMART : Étudier les données à l'issue la visite du site et le dossier de preuves.

Exemple d'objectif SMART : D'ici février 2016, le MS organisera une réunion pour examiner les données à l'issue de la visite du site, ainsi que le dossier de preuves dans le but d'étayer ses modifications à la politique.

Soutien des scientifiques aux vaccins contre le paludisme

Objectif non-SMART : Fonder un groupe technique consultatif sur les vaccins contre le paludisme.

Exemple d'objectif SMART : D'ici le 15 mars 2015, le MS fondera un groupe technique consultatif, chargé de travailler à l'intégration du vaccin contre le paludisme au PEI national.

Approche de marché globale pour la planification familiale

Objectif non-SMART : Créer un groupe de travail national qui étudiera les approches de marché globales dans le cadre de la planification familiale.

Exemple d'objectif SMART : D'ici juillet 2015, le MS fondera un groupe de travail qui étudiera les modifications nécessaires à apporter à la Stratégie nationale de santé reproductive afin d'adopter des approches de marché globales dans le cadre de la planification familiale.

Fiches Qualités des messages convaincants (Partie 9)

Être bref <p>Les décideurs sont très occupés et sont tiraillés dans de nombreuses directions. Soyez prêts à communiquer l'intégralité de votre message en trois – à cinq minutes.</p>	Se fixer des buts précis <p>Ne pas submerger les décideurs avec trop d'informations. Présentez un seul problème à la fois. Si vous avez trop de « demandes », votre décideur ne sera pas capable de déterminer ce qui vous importe le plus.</p>
Mettre l'accent sur les solutions <p>Introduisez le problème, mais abordez rapidement la solution pour ne pas épuiser la compassion du décideur.</p>	S'appuyer sur des preuves <p>Il est important de disposer de données et de résultats de recherche pour étayer les points présentés. Cependant, les données et résultats de recherche peuvent ne pas être suffisants pour convaincre le décideur concerné.</p>
Cibler les principaux intérêts du décideur <p>Cela permet aux décideurs de se sentir plus concernés par le problème et à s'en préoccuper davantage. Différents décideurs peuvent donc avoir besoin de messages différents.</p>	Utiliser un langage non technique <p>Restez simple, sinon votre décideur pourrait ne pas comprendre pleinement vos arguments et se désintéresser.</p>

Fiches Qualités des messages convaincants (Partie 9)

Rester optimiste et confiant

Vous serez plus susceptibles de déléguer votre pouvoir à votre interlocuteur et de le motiver à agir.

Formuler une demande précise

Le décideur politique concerné doit savoir précisément ce que vous voulez qu'il fasse à la suite de votre intervention.

ANNEXE 3 : MATÉRIEL DE PLANIFICATION ET D'ÉVALUATION

- Ordre du jour standard pour l'animateur
- Ordre du jour standard pour les participants
- Sondage du participant avant l'atelier
- Exercice préalable à l'atelier
- Évaluation finale

Ordre du jour pour l'animateur

Atelier pour l'élaboration d'une stratégie de sensibilisation politique

Après cet atelier, les participants seront en mesure :

- de faire la distinction entre sensibilisation politique et autres types de sensibilisation
- d'identifier les composantes essentielles d'une stratégie sensibilisation politique
- d'identifier les moyens de sensibilisation politique pour répondre aux défis mondiaux dans le domaine de la santé
- de concevoir des tactiques pour influencer les décideurs
- d'élaborer une stratégie de sensibilisation en dix parties.

JOUR 1 : Introduction à la sensibilisation - Parties 1 et 2 –

Horaires	Séance	Animateur
8 h 30–9 h	Enregistrement	
9 h–10 h	Bienvenue et présentations	
10 h–11 h 15	Qu'est-ce que la sensibilisation politique ?	
11 h 15–11 h 30	Pause	
11 h 30–12 h	Introduction aux dix parties	
12 h–13 h	Partie 1 : Problème de sensibilisation	
13 h–14 h	Déjeuner	
14 h–14 h 45	Partie 1 : Problème de sensibilisation (suite)	
14 h 45–15 h 30	Partie 2 : But de sensibilisation	
15 h 30–15 h 45	Pause	
15 h 45–17 h 15	Partie 2 : But de sensibilisation (suite)	
17 h 15–17 h 30	Bilan de la journée et clôture	

JOUR 2 : Parties 3 à 7 –

Horaires	Séance	Animateur
9 h–9 h 15	Séance d'ouverture	
9 h 15–10 h 30	Partie 3 : Décideurs et influenceurs	
10 h 30–10 h 45	Pause	
10 h 45–12 h	Partie 4 : Principaux intérêts des décideurs	

12 h–13 h 15	Partie 5 : Opposition et obstacles à la sensibilisation	
13 h 15–14 h 15	Déjeuner	
14 h 15–15 h 15	Partie 6 : Atouts et lacunes de la sensibilisation	
15 h 15–15 h 30	Pause	
15 h 30–17 h 15	Partie 7 : Partenaires de la sensibilisation	
17 h 15–17 h 30	Bilan de la journée et clôture	

JOUR 3 : Parties 8 à 10 –

Horaires	Séance	Animateur
9 h–9 h 15	Séance d'ouverture	
9 h 15–10 h 15	Partie 8 : Tactiques de sensibilisation	
10 h 15–10 h 30	Pause	
10 h 30–12 h 30	Partie 8 : Tactiques de sensibilisation	
12 h 30–13 h 30	Déjeuner	
13 h 30–15 h	Partie 9 : Messages de sensibilisation	
15 h–15 h 15	Pause	
15 h 15–16 h	Partie 9 : Messages de sensibilisation	
16 h–17 h	Partie 10 : Plan pour mesurer la réussite	
17 h–17 h 30	Séance de clôture	

Programme pour les participants

Atelier pour l'élaboration d'une stratégie de sensibilisation politique

Le but de cet atelier est d'améliorer la compréhension et les compétences des participants afin de leur permettre de planifier et mettre en œuvre de façon stratégique des activités de sensibilisation pouvant entraîner un changement ou la mise en œuvre des politiques.

Jour 1 : Introduction à la sensibilisation - Parties 1 et 2 –

Titre de la séance	Description
Séance d'ouverture	Bienvenue, introduction, objectifs de l'atelier, ordre du jour matériel et logistique.
Qu'est-ce que la sensibilisation politique ?	Définir la sensibilisation politique et comprendre en quoi elle diffère d'autres notions similaires.
Pause	
Introduction aux dix parties	Présentation du cadre d'élaboration de la stratégie de sensibilisation en dix parties.
Déjeuner	
Partie 1 : Problème de sensibilisation	Sélectionner le problème pertinent comme cible des efforts de sensibilisation.
Pause	
Partie 2 : But de sensibilisation	Sélectionner la solution appropriée, au niveau des politiques, pour remédier au problème faisant l'objet de votre effort de sensibilisation.
Résumé et clôture	Résumé des éléments essentiels de la journée.

Jour 2 : Parties 3 à 7 –

Titre de la séance	Description
Séance d'ouverture	Révision des points essentiels du premier jour et ordre du deuxième jour.
Partie 3 : Décideurs et influenceurs	Identifier les personnes ou les structures importantes qui ont du pouvoir ou une capacité d'influence sur le problème.
Pause	
Partie 4 : Principaux intérêts des décideurs	Analyser le niveau de prise de conscience et la position des décideurs vis-à-vis de votre problème.
Déjeuner	
Partie 5 : Opposition et obstacles à la sensibilisation	Identifier les opposants à votre problème de sensibilisation et analyser leur degré d'influence.

Titre de la séance	Description
Partie 6 : Atouts et lacunes de la sensibilisation	Faire l'inventaire des forces et des limites de votre organisation au sujet du travail de sensibilisation.
Pause café	
Partie 7 : Partenaires de la sensibilisation	Choisir des partenaires créatifs et stratégiques pour se joindre à vos efforts de sensibilisation.
Résumé et clôture	Résumé des éléments essentiels de la journée.

Programme pour les participants

Jour 3 : Parties 8 à 10 –

Titre de la séance	Description
Séance d'ouverture	Révision des points essentiels du deuxième jour et ordre du troisième jour.
Partie 8 : Tactiques de sensibilisation	
Pause café	Développer des objectifs et des actions spécifiques pour obtenir un changement de politique.
Partie 8 : Tactiques de sensibilisation	
Déjeuner	
Partie 9 : Messages de sensibilisation	
Pause café	Élaborer des « appels à l'action » concis et convaincants.
Partie 9 : Messages de sensibilisation	
Partie 10 : Plan pour mesurer la réussite	Planification de la façon de mesurer les résultats à court et à moyen terme.
Conclusion de l'atelier	Évaluation finale et clôture.

Sondage du participant avant l'atelier

1. Informations sur le participant :

(Nom)

(Organisation)

(Titre/Poste)

(Adresse courriel)

2. Décrivez votre poste :

3. Comment définiriez-vous la sensibilisation, avec vos propres mots ?

4. Avez-vous déjà participé à des ateliers ou formations à la sensibilisation ? Oui Non

5. Dans l'affirmative, veuillez indiquer les noms et date des précédents ateliers/formations :

6. Avez-vous été précédemment engagé(e) ou êtes-vous actuellement engagé(e) dans des initiatives de sensibilisation ? Oui Non

7. Veuillez énumérer trois choses que vous espérez apprendre au cours de l'atelier de sensibilisation :

a. _____

b. _____

c. _____

8. Veuillez décrire comment vous pensez appliquer ce que vous apprenez au cours de cet atelier dans votre travail actuel :

Exercice préalable à l'atelier

[Inscrire la date]

Cher participant, chère participante,

Nous vous remercions de votre inscription au prochain atelier *Impact de la sensibilisation sur la santé*. Les trois jours que nous allons passer ensemble seront très occupés et nous nous réjouissons de votre participation !

Au cours de cet atelier, vous élaborerez une stratégie de sensibilisation politique, axée sur la problématique politique de votre choix. Afin d'utiliser au mieux votre temps, **choisissez un problème en rapport avec le programme ou le projet qui vous occupe avant de vous présenter à l'atelier** et prenez le temps d'**étudier la situation politique actuelle concernant ce problème**. Le travail que vous effectuerez avant l'atelier vous permettra d'élaborer une stratégie plus pertinente et bien fondée.

Vous devriez être en mesure de répondre à la plupart des questions suivantes en faisant vos propres recherches et en vous entretenant avec vos collègues. Des conversations informelles avec des intervenants et partenaires clés peuvent aussi vous aider à combler les lacunes.

VEUILLEZ APPORTER CE DOCUMENT REMPLI À L'ATELIER.

Nous vous remercions et nous réjouissons de faire bientôt votre connaissance !

Cordialement,

[Inscrire le nom des animateurs]

Exercice préalable à l'atelier

DÉFINIR VOTRE PROBLÈME

DOMAINE DU PROBLEME
Réfléchissez au programme ou au projet sur lequel vous travaillez. Décrivez un problème de santé que votre programme essaie de traiter ainsi que les causes de ce problème sur lesquelles la sensibilisation politique pourrait intervenir.

DÉCRIRE ET ÉVALUER L'ENVIRONNEMENT POLITIQUE

A. POLITIQUES	
Énumérez les trois principales politiques en cause ayant un impact sur le problème que vous avez identifié ci-dessus. Décrivez en deux à trois phrases comment ces politiques se rapportent aux problèmes. Si possible, apportez un lien Web ou une copie papier du document ou de la source d'information à l'atelier.	
<i>Remarque : Les politiques peuvent comprendre des lois, des protocoles de traitement standard, des orientations à l'intention des prestataires de soins de santé, des stratégies gouvernementales, etc. Elles peuvent être déployées sur le plan mondial, national et infranational, ou concerner une institution, un établissement ou une entité, selon le problème que vous tentez de résoudre.</i>	
Intitulé de la politique	Pertinence par rapport à votre problème

Exercice préalable à l'atelier

Décrivez avec vos propres mots le processus d'élaboration politique ou budgétaire et les mécanismes de responsabilisation par rapport à la mise en œuvre des politiques dans votre pays, et la manière dont votre organisation et vous-même pouvez exercer une influence sur ces processus et mécanismes.

Remarque : Concentrez-vous sur les processus et mécanismes associés aux politiques pertinentes énumérées ci-dessus. Par exemple, s'il s'agit d'une loi, concentrez-vous sur le processus d'élaboration des politiques parlementaires. Si la politique est élaborée par un ministère, indiquez le processus utilisé par ce ministère pour adopter de nouvelles politiques.

B. ENTITES ET PERSONNES IMPLIQUEES DANS LA PRISE DE DECISION

Quels sont les principaux décideurs ayant le pouvoir ou l'autorité pour modifier ou mettre en œuvre les politiques concernant votre problématique ? Estimez le degré de leur soutien dans le domaine de votre problématique.

Remarque : Si possible indiquez leurs nom, fonction et bureau ou service.

Décideurs	Degré de soutien dans le domaine concernant votre problème
	<input type="checkbox"/> Favorable <input type="checkbox"/> Neutre <input type="checkbox"/> Opposé
	<input type="checkbox"/> Favorable <input type="checkbox"/> Neutre <input type="checkbox"/> Opposé
	<input type="checkbox"/> Favorable <input type="checkbox"/> Neutre <input type="checkbox"/> Opposé

Exercice préalable à l'atelier

	<input type="checkbox"/> Favorable <input type="checkbox"/> Neutre <input type="checkbox"/> Opposé
	<input type="checkbox"/> Favorable <input type="checkbox"/> Neutre <input type="checkbox"/> Opposé

C. ACTEURS INCONTOURNABLES

Énumérez les trois principaux influenceurs ou chefs de file dans le domaine concernant ce problème.
Réfléchissez aux organisations, groupes d'intérêts, ONG, entités du secteur privé, personnes ou coalitions travaillant actuellement sur le problème dans votre pays.

Remarque : Soyez aussi spécifique que possible. Si possible indiquez leurs nom, fonction et organisation ou groupe.

D. RESSOURCES UTILES/FONDEES SUR DES DONNEES PROBANTES

Énumérez les principaux programmes d'intervention ou documents techniques ou travaux de recherche pouvant soutenir votre position sur ce problème.

Remarque : Ceci peut comprendre les documents que votre organisation a élaborés ou une recherche documentaire plus large sur votre problème.

Types de document ou d'élément probant	Source

Exercice préalable à l'atelier

E. AUTRES

Indiquez toute autre information non mentionnée ci-dessus qui vous semble pertinente pour le problème en question et le développement de votre stratégie de sensibilisation.

Impact de la sensibilisation à la santé : un atelier pour l'élaboration d'une stratégie de sensibilisation politique
Date : _____

1. Veuillez indiquer la qualité des éléments suivants :

	Médiocre	Moyenne	Bonne	Très bonne	Excellent
Contenu général du cours					
Supports visuels					
Feuilles d'exercices					
Discussions et exercices d'apprentissage en grand groupe					

Commentaires :

- 2. Veuillez indiquer un aspect que l'animateur a bien réussi et un aspect que l'animateur pourrait améliorer.**
- 3. Veuillez indiquer trois idées ou leçons que vous avez apprises au cours de cet atelier et que vous allez utiliser dans votre travail.**
- a.
 - b.
 - c.
- 4. Quelle partie de cet atelier a été le plus utile pour votre travail ?**
- 5. Quelle partie de cet atelier a été le moins utile pour votre travail ?**

6. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes ou non d'accord avec les énoncés suivants :

	Tout à fait d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas du tout d'accord
Après avoir suivi les enseignements de l'atelier, je me sens mieux capable de planifier mes initiatives de sensibilisation.					
J'utiliserai la structure en dix parties pour m'aider à réfléchir de façon stratégique à la sensibilisation dans mon organisation.					
Je possède les compétences pour mettre en œuvre la stratégie de sensibilisation politique que j'ai élaborée.					

7. Pensez-vous que vous aurez l'occasion d'utiliser les compétences acquises durant cet atelier au cours des trois prochains mois ?

Oui

Non

Si oui, veuillez décrire brièvement quand et comment vous pensez utiliser ses compétences. Sinon, veuillez expliquer pourquoi vous ne serez pas capables d'utiliser ses compétences au cours des trois prochains mois.

8. De quel type de soutien aurez-vous besoin pour mettre en œuvre la stratégie que vous avez élaborée dans cet atelier ?

9. Comment pourrions-nous améliorer cet atelier ?

10. Autre commentaire :

Merci de vos commentaires !



www.path.org